

**ANALISIS PENGARUH LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE *SERVQUAL*
(STUDI KASUS GO-JEK KOTA MALANG)**

SKRIPSI

Disusun oleh:
Yoga Murdianto
135150401111007



SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2018

PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
MENGUNAKAN METODE *SERVQUAL* (STUDI KASUS GO-JEK KOTA MALANG)

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Komputer

Disusun Oleh :
Yoga Murdianto
135150401111007

Skripsi ini telah di uji dan dinyatakan lulus pada
02 Agustus 2018
Telah diperiksa dan disetujui oleh

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Retno Indah Rohmawati, S.pd.,M.pd
NIK.2016099009172001

Andi Reza Perdanakusuma, S.Kom .MT.
NIK. 2016078611281001

Mengetahui
Ketua Jurusan Sistem Informasi

Dr. Eng Herman Tolle ST. MT
NIP : 197408232000121001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (sarjana) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Malang, 19 Juli 2018

Yoga Murdianto

135150401111007



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan idaaah dan rahmat-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual (Studi Kasus Go-Jek Kota Malang)” dan sebagai persyaratan untuk meraih sarjana. Dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak sekali dukungan, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Wayan Firdaus Mahmudy, S.Si, M.T, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya.
2. Herman Tolle, Dr. Eng.,S.T.,M.T. yang merupakan Ketua Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya selaku dosen pembimbing akademik penulis.
3. Suprpto, S.T., M.T selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Universitas Brawijaya.
4. Retno Indah Rokhmawati, S.Pd., M.Pd. selaku dosen pembimbing I yang selalu memberikan arahan dan masukan serta motivasi dalam mengerjakan skripsi ini.
5. Andi Reza Perdanakuusuma,S.Kom.,MT. selaku dosen pembimbing II yang selalu memberikan arahan dan masukan dalam mengerjakan skripsi ini.
6. Orang tua penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan guna menyelesaikan skripsi ini.
7. Tetuko Aldimas, Cherly , Dyas, Citra, Ulfa, Elva Ayu dan teman teman lainnya yang telah menyemangati untuk mengerjakan skripsi dan sekaligus teman bermain dota saat stress.
8. Keluarga besar contong men yang telah menemani penulis dari sejak semester 1 hingga saat ini dari susah hingga bahagia.
9. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu yang telah memotivasi dalam pengerjaan skripsi ini.

Dengan kerendahan hati penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan dan penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan penulis. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat membantu pembaca.

Malang, 19 Juli 2018
Penulis

yoganx31@gmail.com

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

1. Nama Lengkap : Yoga Murdianto
2. Tempat, Tanggal Lahir : Malang, 02 Maret 1995
3. Alamat : Dsn.Rekesan RT.03/03 Ds.Sumberdem
Kec.Wonosari Kab.Malang
4. Domisili : Jl.Tanjung Putra Yudha 2 No.22B Tanjung Rejo-
Sukun Kota Malang
5. Jenis Kelamin : Laki - Laki
6. Agama : Islam
7. Status : Belum Menikah
8. Tinggi / Berat Badan : 170/58
9. Telepon : 083848233873
10. e-mail : yoganx31@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. (2001) Lulus TK Diponegoro 3 Jambuwer – Kab.Malang
2. (2007) Lulus SDN Sumberdem 03 Sumberdem - Kab.Malang
3. (2010) Lulus SMPN 1 Wonosari – Kab.Malang
4. (2013) Lulus SMKN 1 Doko – Kab.Blitar
5. (2018) Lulus S1 Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya Malang

KEMAMPUAN

1. Menguasai komputer (MS Word, Excel, Power Point).
2. Menguasai jaringan
3. Menguasai Manajemen Sistem Informasi
4. Menguasai Bahasa Pemrograman Web

ABSTRAK

Saat ini persaingan antar penyedia jasa transportasi online semakin ketat. Terbukti dengan banyaknya perusahaan baru yang bermunculan dan saling bersaing demi mendapatkan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan hal yang tidak boleh di sepelekan oleh perusahaan, karena dengan kualitas layanan yang baik, maka akan menimbulkan kepuasan dan mejadi loyalitas pelanggan. Salah satu perusahaan transportasi online adalah Go-Jek. Untuk terus melangsungkan kegiatan perusahaan diperlukan analisa yang mendalam mengenai kualitas layanan kepada konsumen, jika tidak dilakukan, maka perusahaan bisa bangkrut dan akan kalah bersaing dengan perusahaan serupa lainnya. Penelitian ini berfokus kepada analiis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Populasi dari penelitian in adalah orang yang pernah menggunakan jasa Go-Jek di kota Malang. Jumlah responden yang dikumpulkan sebanyak 102 responden dengan kriteria usia 17-54 tahun. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode *Servqual*. Metode *servqual* memiliki 5 variable yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* yang merupakan variable *independent*, sedangkan variable *dependent* adalah kepuasan pelanggan. Analisis ini menggunakan regresi linier berganda. Hasil dari analisis ini membuktikan bahwa variable *assurance* merupakan variable yang bernilai signifikansi tertinggi sehingga mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Metode *Servqual*, Kepuasan Pelanggan, *Customer Relationship Management*, Go-Jek.

ABSTRACT

Nowadays the competition between online transportation service providers is getting tighter. Evidenced by the number of new companies emerging and competing for the sake of getting customers. Quality of service is something that should not be underestimated by the company, because with good service quality, it will cause satisfaction and become customer loyalty. One of the online transportation companies is Go-Jek. To continue to carry out the activities of the company required in-depth analysis of the quality of service to consumers, if not done, then the company could go bankrupt and will be unable to compete with other similar companies. This research focuses on analyzing quality of service to customer satisfaction. The population of this research is people who have used the services of Go-Jek in Malang city. The number of respondents collected were 102 respondents with age criteria 17-54 years. The method used in this research is Servqual method. Servqual method has 5 variables that is tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy which is independent variable, while the dependent variable is customer satisfaction. This analysis uses multiple linear regression. The results of this analysis prove that the variable assurance is the variable with the highest significance value that affects customer satisfaction.

Keywords: Servqual Method, Customer Satisfaction, Customer Relationship Management, Go-Jek.

DAFTAR ISI

ANALISIS PENGARUH LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL (STUDI KASUS GO-JEK KOTA MALANG)	1
PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ORISINALITAS	2
kata pengantar	4
ABSTRAK	5
ABSTRACT	7
DAFTAR ISI	8
DAFTAR TABEL	11
DAFTAR GAMBAR	12
DAFTAR LAMPIRAN	13
BAB 1 PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat	Error! Bookmark not defined.
1.5 Batasan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.6 Jadwal Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.7 Sistematika Penulisan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB 2 LANDASAN KEPUSTAKAAN.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Kajian Pustaka	Error! Bookmark not defined.
2.2 Sejarah Go-Jek.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Dasar Teori.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 Customer Relationship Management.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.2 Manfaat dan Tujuan CRM	Error! Bookmark not defined.
2.3.3 Pengertian Analisis.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.4 Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2.3.5 Pengertian Kepuasan Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2.3.6 Uji Regresi Linier Berganda	Error! Bookmark not defined.
BAB 3 METODOLOGI	Error! Bookmark not defined.

3.1 Identifikasi Masalah	Error! Bookmark not defined.
3.2 Studi Literatur	Error! Bookmark not defined.
3.3 Penyusunan Kuisisioner	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.3.3 Skala Pengukuran	Error! Bookmark not defined.
3.3.4 Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.4.1 Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
3.4.2 Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.5 Pengumpulan dan Pengolahan Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Jenis Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 Teknik Pengambilan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.6 Analisis Dan Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
3.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda	Error! Bookmark not defined.
3.7 Kesimpulan Dan Saran	Error! Bookmark not defined.
BAB 4 ANALISIS DATA	Error! Bookmark not defined.
4.1 Model Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Uji Realibilitas	Error! Bookmark not defined.
4.4 Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
4.7.1 Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
4.7.2 Uji Multikolinearitas	Error! Bookmark not defined.
4.7.3 Uji Autokorelasi	Error! Bookmark not defined.
4.7.4 Uji Heteroskedastisitas	Error! Bookmark not defined.
4.8 Analisis Regresi Linier Berganda	Error! Bookmark not defined.
4.8.1 Koefisien Determinasi	Error! Bookmark not defined.
4.8.2 Uji t (Parsial)	Error! Bookmark not defined.
bab 5 pembahasan	Error! Bookmark not defined.
5.1 Tingkat Respon (Respons Rate)	Error! Bookmark not defined.
BAB 6 PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
6.2 Saran	Error! Bookmark not defined.
Daftar pustaka	Error! Bookmark not defined.

lampiran A VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN OLEH EXPERT
Error! Bookmark not defined.

LAMPIRAN B KUISIONER PENELITIAN **Error! Bookmark not defined.**

LAMPIRAN C HASIL PENGUJIAN DATA **Error! Bookmark not defined.**



DAFTAR TABEL

Table 1. Jadwal Pelaksanaan	Error! Bookmark not defined.
Table 2. Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Table 3. Instrumen Penelitian (lanjutan)	Error! Bookmark not defined.
Table 4 Instrumen Penelitian (lanjutan)	Error! Bookmark not defined.
Table 5 Hasil Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
Table 6 Hasil Uji Validitas (lanjutan)	Error! Bookmark not defined.
Table 7 Hasil Uji Realibilitas.....	Error! Bookmark not defined.
Table 8. Demografi Responden	Error! Bookmark not defined.
Table 9. Missing data pertanyaan tantangan.....	Error! Bookmark not defined.
Table 10 Deskripsi variable Tangible (T)	Error! Bookmark not defined.
Table 11 Deskripsi Variable Reliability (RL)	Error! Bookmark not defined.
Table 12. Deskripsi Variable Responsivennes (RS) ...	Error! Bookmark not defined.
Table 13 Deskripsi Variable Assurance (AS)	Error! Bookmark not defined.
Table 14 Deskripsi Variable Empaty (EM)	Error! Bookmark not defined.
Table 15. Deskripsi Kepuasan Pelanggan (KP).....	Error! Bookmark not defined.
Table 16 Hasil Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
Table 17 Hasil Uji Multikolinearitas	Error! Bookmark not defined.
Table 18 Hasil Uji Autokorelasi.....	Error! Bookmark not defined.
Table 19 Hasil Regresi Linier Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
Table 20 Koefisien Determinasi.....	Error! Bookmark not defined.
Table 21 Uji T (Patial)	Error! Bookmark not defined.
Table 22. Hasil Uji t	Error! Bookmark not defined.
Table 23 Hasil Uji F.....	Error! Bookmark not defined.
Table 24 Hasil Hipotesis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. Logo Go-Jek	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3. Alur Metodologi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4 Masalah yang timbul	Error! Bookmark not defined.
Gambar 5 Model Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Gambar 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 7 Hasil Hipotesis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Validasi Instrumen Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

Lampiran 3 Hasil Pengujian Data..... **Error! Bookmark not defined.**



BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transportasi merupakan hal terpenting dalam masyarakat. Transportasi berasal dari bahasa latin *transportare*, *trans* berarti seberang atau sebelah lain dan *portare* yang berarti mengangkut atau membawa, Jadi transportasi berarti membawa atau mengangkut ke sebelah lain atau dari tempat yang satu ke tempat yang lain. Transportasi dapat diberi definisi sebagai usaha dan kegiatan mengangkut atau membawa barang dan atau penumpang dari suatu tempat ke tempat lainnya (Kamaludin Rustian, 2003).

Transportasi semakin berkembang mengikuti perkembangan zaman. Pada zaman dahulu transportasi hanya berupa sepeda, bemo, becak dan lain lain. Saat ini perkembangan transportasi mengalami perubahan yang semakin modern, salah satu transportasi yang berkembang dan mengalami perubahan adalah mode transportasi ojek sepeda motor. Saat ini perkembangan ojek sudah merambah dunia aplikasi *smartphone*. Dahulu jika kita ingin menggunakan jasa ojek sepeda motor, kita harus datang dahulu ke pangkalan ojek kemudian memesan ojek disana.

Bisnis jasa pada era kemajuan teknologi, berkembang sangat cepat, salah satu bisnis jasa yang sedang *boming* adalah bisnis jasa ojek berbasis *online*. Bisnis jasa ojek *online* ini adalah bisnis yang memadukan layanan ojek tradisional dengan teknologi *modern*, sehingga menghasilkan jasa ojek *online*. Ojek *online* adalah suatu pelayanan jasa yang menggunakan teknologi berupa aplikasi layanan *Android* untuk media pemesanan ojek. Dahulu ojek dapat di pesan secara konvensional, yaitu harus datang ke tempat ojek tersebut mangkal dan kemudian memesan ojek dengan tujuan tertentu dan membayar sesuai dengan yang disepakati untuk jarak yang di tempuh. Berbeda dengan ojek konvensional, ojek *online* dapat langsung memesan jasa lewat *aplikasi android*, dengan memasukkan lokasi anda dan lokasi tujuan, maka otomatis *system* akan mengkalkulasi dan menampilkan harganya. Pelanggan ojek *online* tidak perlu repot-repot datang ke pangkalan ojek, melainkan hanya tinggal menunggu saja *driver* dari ojek *online* datang dan akan langsung mengantar anda.

Di Kota Malang, banyak penyedia layanan jasa ojek *online*, antara lain Go-Jek, Grab, Oklat, Oke Jack dll. Banyaknya penyedia layanan ojek *online* membuat para pelaku usaha ojek online harus lebih meningkatkan pelayanannya. Masing-masing perusahaan diuntut untuk memperbaiki kualitas layanan sehingga konsumen merasa betah menggunakan jasa perusahaan. Perbaikan kualitas tidak hanya dilakukan dalam bentuk *real* pelayanan, namun juga dalam bentuk aplikasi/*software* nya.

Salah satu ojek *online* yang sedang diminati masyarakat adalah Go-Jek. Go-Jek tidak hanya menyediakan jasa antar jemput penumpang melainkan juga jasa

membeli makanan (*Go-food*), jasa mengantar barang (*Go-sent*), jasa berbelanja (*Go-mart*) dan lain-lain. Untuk menggunakan jasa Go-Jek ini, calon penumpang harus menginstall terlebih dahulu *aplikasi* Go-Jek di *smartphone* nya.

Go-ride adalah salah satu layanan jasa yang ditawarkan oleh Go-Jek. Layanan ini memungkinkan pelanggan untuk memesan *driver* secara langsung melalui *smartphone*. *Driver* yang dipesan akan mengantar anda ke tempat tujuan yang sudah anda masukan dengan tariff yang sudah tercantum. Layanan seperti ini terbukti lebih efektif dan efisien, terbukti dengan perjalanan anda lebih cepat sampai tujuan serta calon penumpang tidak harus menghampiri *driver* seperti ojek konvensional, melainkan *driver* Go-Jek yang akan menghampiri anda.

Masih banyak layanan-layanan yang ditawarkan oleh Go-Jek, antara lain *Go-mart* yang memungkinkan pelanggan dapat berbelanja kebutuhan sehari-hari lewat *aplikasi* Go-Jek. *Go-sent* yang dapat mengirimkan barang maupun *document* yang ingin anda kirim ke orang lain. *Go-car* yang dapat memesan *driver* menggunakan mobil untuk mengantar pelanggan lebih elegan. Inovasi layanan-layanan yang diberikan oleh Go-Jek harus dibarengi dengan kualitas layanan yang ditawarkan, salah satu yang harus disoroti dalam layanan elektronik Go-Jek adalah *aplikasi* yang ditawarkan. *Aplikasi* Go-Jek harus mampu melaksanakan tugasnya dengan baik dan sesuai keinginan pelanggan.

Dalam penelitian ini, penulis berfokus pada pelayanan yang ditawarkan oleh Go-Jek. Dalam studi awal, penulis membuat sebuah kuisisioner yang berisikan masalah-masalah yang terdapat di Go-Jek. Kuisisioner ini dilakukan terhadap 125 responden. Sebanyak 69,6% responden mengatakan Go-Jek memiliki masalah pada *Aplikasi*, dan sebanyak 30,4% Go-Jek bermasalah dengan pelayanan. Pada penelitian ini penulis berfokus pada permasalahan real pelayanan. Dari 63 tanggapan responden tentang permasalahan pelayanan, dapat diketahui sebagai berikut. 22,2% responden menjawab *driver* telat, 34,9% responden menjawab *driver* belum hafal jalan, sebanyak 17,5% responden menjawab *driver* kurang tanggap, 1,6% responden menjawab pesanan tidak diantar, 6,3% menjawab *driver* tidak datang, 4,8% merasa *driver* kurang sopan dan 19% menjawab lainnya.

Hasil diatas menunjukan bahwa pelayanan yang dimiliki oleh perusahaan Go-Jek masih dirasa kurang maksimal oleh para pengguna layanan Go-Jek. Terbukti dengan masih banyak responden yang mengatakan bahwa pelayanan masih kurang maksimal. Pelayanan yang dirasakan pelanggan saat menggunakan jasa Go-Jek sangat berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan. Jika dalam segi kualitas pelayanan baik maka akan timbul kepuasan pelanggan yang nantinya bisa menjadi loyalitas pelanggan. Begitu juga sebaliknya, jika kualitas pelayanan masih kurang, maka juga akan berpengaruh terhadap keberlangsungan perusahaan.

Driver belum hafal jalan merupakan keluhan yang banyak dirasakan oleh responden dengan nilai 34,9%. Keluhan seperti ini akan berakibat terhadap

perusahaan dikarenakan jasa ojek seharusnya lebih banyak mengetahui lokasi dari pada penumpang. Dalam prakteknya seringkali penumpang justru yang menunjukkan arah jalan kepada *driver*, hal ini akan menimbulkan ketidakpuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh *driver* Go-Jek. Masalah lainnya adalah *driver* datang telat sebanyak 22,2%. *Driver* datang telat seperti ini seharusnya tidak terjadi karena akan menghambat pelayanan terhadap konsumen. Jika konsumen ingin buru-buru ke suatu tujuan maka bisa saja di *cancel* karena datangnya telat. Keadaan seperti ini justru akan merugikan bagi pelanggan Go-Jek. Pelanggan akan merasa kecewa dengan pelayanan yang diberikan oleh Go-Jek.

Uraian diatas merupakan sedikit contoh masalah kualitas pelayanan yang harus diperhatikan oleh perusahaan Go-Jek. Kualitas yang kurang baik/buruk jika tidak terus diperbaiki maka akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan secara langsung akan mempengaruhi keuangan perusahaan Go-Jek. Pelayanan yang baik menimbulkan kepuasan tersendiri oleh konsumen ketika menggunakan jasa Go-Jek. Konsumen merasa di mudahkan saat dilayani oleh *driver* dan secara tidak langsung akan menimbulkan kepuasan pelanggan dan akan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Menurut Li *et al* (2009), mengenai *e-service quality*, menyatakan bahwa *e-service quality* dapat dilihat dari dua perspektif. Perspektif pertama yaitu perusahaan dan perspektif kedua adalah pelanggan. Dilihat dari perspektif perusahaan, maka dimensi *e-service* yang harus diperhatikan adalah *ease of use* (kemudahan), *aplikasi design* (desain yang baik dan menarik secara *visual*), *reliability* (konsisten dan handal), *system availability* (berfungsi dengan baik), *privacy* (keamanan dan perlindungan informasi), *responsiveness* (penanganan masalah yang efektif) dan *emphaty* (perawatan dan perhatian terhadap pelanggan). Jika dilihat dari perspektif pelanggan, maka dimensi *e-service quality* yang harus diperhatikan adalah *variable experience* (pengalaman menggunakan aplikasi) dan *trust* (kepercayaan pelanggan).

Menurut Sawitri. *et al*, 2013 kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan faktor keberhasilan sebuah perusahaan untuk dapat unggul dalam bersaing. Yang *et al*, 2012 menyatakan kepuasan pelanggan adalah ukuran antara harapan pelanggan dengan produk atau jasa perusahaan selama pelanggan menggunakan produk atau jasa perusahaan tersebut.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang dilakukan *driver* Go-Jek berperan penting dalam perkembangan usaha. Hal inilah yang membuat penulis ingin meneliti seberapa pengaruhkah Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode *Servqual* (Studi Kasus Go-Jek Kota Malang).

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas Layanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan menggunakan metode *servqual* ?
2. Variabel *servqual* manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?

1.3 Tujuan

1. Mengetahui pengaruh layanan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan metode *servqual*.
2. Mengetahui *variable* manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

1.4 Manfaat

1. Bagi Pihak Go-Jek
Dapat menjadi acuan untuk menilai layanan yang sudah di berikan oleh Go-Jek kota Malang terhadap konsumennya. Memperbaiki kualitas layanan pihak Go-Jek agar kepuasan pelanggan terus terjaga dan menjadi loyalitas bagi perusahaan.
2. Bagi Penulis
Mengetahui bagaimana pentingnya loyalitas pelanggan, sehingga ketika mendirikan usaha, harus berfokus pada peningkatan kepuasan pelanggan.

1.5 Batasan Masalah

Batasan-batasan masalah yang harus diperhatikan agar tidak menyimpang dari ruang lingkup penelitian, maka diperlukan batasan masalah yaitu :

1. Peneliti akan mengambil responden yang pernah menggunakan aplikasi Go-Jek dan menggunakan jasa Go-Jek.
2. Perhitungan data dalam analisa menggunakan *softaware* SPSS

1.6 Jadwal Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan sesuai dengan jadwal berikut :

Table 1. Jadwal Pelaksanaan

NO	Kegiatan	Bulan (2018)					
		Feb	Mar	Aprl	Mei	Jun	Jul`
1	Tahap Persiapan						
	a. Observasi awal dan identifikasi masalah						
	b. Penyusunan dan pengajuan proposal						
2	Tahap Pelaksanaan						
	a. Konsultasi/Bimbingan						
	b. Perancangan Skenario						
	c. Pelaksanaan Eksperimen						
	d. Pengumpulan Data						
	e. Pengolahan dan Analisis Data						
3	Tahap Penyelesaian Laporan						

1.7 Sistematika Penulisan

BAB 1 Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB 2 Landasan Kepustakaan

Menguraikan tentang dasar teori dan referensi secara meluas yang diambil dari penelitian terdahulu, definisi-definisi berdasarkan buku-buku dan para ahli.

BAB 3 Metodologi

Membahas mengenai metode yang digunakan dalam penelitian dan langkah-langkah yang akan dilakukan dalam penulisan yang terdiri dari studi literatur, perancangan kerangka penulisan dan penggunaan metode penelitian.

BAB 4 Analisis Data

Bab ini berisi tentang deskripsi responden, pengujian instrument penelitian, analisis data dan hasil dari analisis data

BAB 5 Pembahasan

Berisi pembahasan mengenai hipotesis yang telah dibuat berdasarkan hasil analisis data

BAB 6 Penutup

Berisi tentang kesimpulan pembuatan skripsi beserta saran-saran yang akan di jabarkan.



BAB 2 LANDASAN KEPUSTAKAAN

2.1 Kajian Pustaka

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti menggali informasi dari penelitian sebelumnya sebagai bahan perbandingan dan juga referensi penelitian. Selain itu peneliti juga mengambil referensi dari buku-buku, jurnal dan skripsi terdahulu yang relevan dengan penelitian ini sehingga memperoleh landasan teori yang ilmiah.

1. Jurnal Tri Sudarwanto dan Nafisa Choirul, 2016 . Prodi Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri, Surabaya. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek *Online* (Studi Pada Konsumen Go-Jek Di Surabaya)"

Jurnal ini membahas mengenai kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan disini merupakan pelanggan dari Go-Jek di Kota Surabaya. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *accidental sampling*. Metode penelitian yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda. Dari Hasil penelitian diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas layanan dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan bersama-sama (simultan) terhadap *variable* terikat yaitu kepuasan pelanggan pada jasa Go-Jek di kota Surabaya.

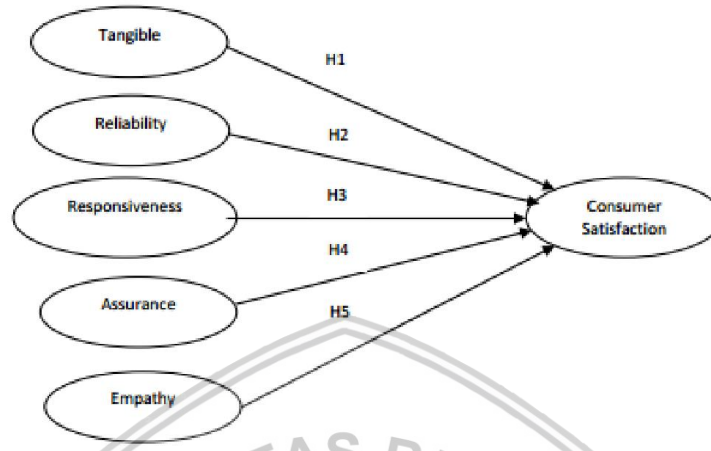
2. Jurnal oleh Laurent Felicia, 2016. Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra Surabaya,. "Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan".

Jurnal ini membahas mengenai *e-service quality* atau kualitas layanan dilihat dari sisi media elektronik/sarana menggunakan Go-Jek ini. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menyebarkan 150 kuisioner secara *online* untuk pengumpulan data dan kemudian diolah menggunakan metode *SmartPLS*. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa *e-sevice* sangat berpengaruh terhadap konsumen. Ketika pelanggan bertransaksi dengan baik, maka tingkat loyalitas penggunaan layanan akan meningkat.

3. Jurnal oleh Setiyaningrum dan Hidayat, 2016, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya,. "*Service Quality* dan Kepuasan Konsumen : Studi Empiris dan Implikasinya Pada Toko *Online*".

Jurnal ini membahas mengenai pengaruh dimensi-dimensi *servqual* mencakup *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* pada kepuasan konsumen dalam konteks toko *online*. Pengumpulan data primer dilakukan terhadap 117 konsumen. Metode penarikan sampel digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik *snowball sampling*, dengan menggunakan model persamaan *structural software* AMOS. Penelitian ini menemukan bahwa dimensi *emphaty* merupakan

determinan utama dari kepuasan konsumen. Penelitian ini juga menemukan bahwa dimensi *assurance* berpengaruh negative terhadap kepuasan konsumen toko *online*.



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber : Setyaningrum dan Hidayat (2016)

2.2 Sejarah Go-Jek



Gambar 2. Logo Go-Jek

Go-Jek adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa transportasi. Perusahaan ini merupakan perusahaan yang mengawali transportasi berbasis *online* di Indonesia. Go-Jek berdiri pada tahun 2011 oleh dua orang sahabat bernama Michaelanglo dan Nadiem Makarim. Perusahaan ini menggabungkan antara teknologi dan ojek konvensional menjadi sebuah keuntungan.

Ide mendirikan Go-Jek bermula dari seorang Nadiem Makarim melihat ojek-okek yang ada di Indonesia masih sangat konvensional. Para ojek konvensional ini hanya menghabiskan waktu seharian untuk menunggu para konsumen memesan ojek mereka. Dalam satu hari, ojek konvensional hanya mendapatkan 4-8 orang konsumen saja dalam masa kerja 8-10 jam. Pendiri Go-

Jek ini berinisiatif membuat sesuatu yang berbeda dari ojek-okek konvensional lainnya. Para pendiri Go-Jek awalnya membuat sebuah layanan ojek yang berbasis *call center* saja, namun lambat laun pendiri Go-Jek mulai membuat sebuah aplikasi berbasis Android. Dengan menggunakan sebuah aplikasi, konsumen hanya perlu memesan menggunakan *smartphone* yang telah *terinstall* aplikasi Go-Jek, kemudian menunggu *driver* datang, dan sampailah ke tujuan tanpa harus mencari pangkalan ojek terlebih dahulu.

Pada awal pendaftaran menjadi *driver* Go-Jek, akan ada beberapa pelatihan. Bagaimana melayani pelanggan yang baik, tidak boleh ugal-ugalan di jalan, mematuhi rambu lalu lintas dan memakai pakaian yang safety. Selain itu para *driver* Go-Jek juga di ajari bagaimana menggunakan aplikasi Go-Jek, *m-banking* dan lain-lain.

Untuk keuntungan, perusahaan Go-Jek membagi hasil 20% untuk perusahaan dan 80% untuk *driver*. Terkadang para *driver* Go-Jek dapat melayani konsumen hingga 10 -20 orang. *Driver* Go-Jek tidak hanya melayani antar jemput saja, melainkan bias mengirim barang (*Go-sent*), Memesan dan mengantarkan makanan (*Go-food*), memesan mobil (*Go-car*) dan lain-lain.

2.3 Dasar Teori

2.3.1 Customer Relationship Management

Menurut Kotler dan Keller (2008) dalam buku *Customer Relationship Management* menjelaskan bahwa CRM adalah proses mengelola informasi tentang pelanggan baik perorangan maupun semua "titik kontak" pelanggan secara seksama untuk memaksimalkan loyalitas pelanggan. Titik kontak pelanggan adalah semua kejadian dimana pelanggan menghadapi merek dan produk dari pengalaman fakta ke komunikasi pribadi atau masal hingga observasi biasa. CRM memungkinkan perusahaan menyediakan layanan pelanggan *real-time* yang sempurna melalui penggunaan informasi akun yang efektif. CRM sangat penting bagi perusahaan karena dapat mendorong kepuasan pelanggan sehingga tercipta peningkatan profit perusahaan.

Hamidin (2008) mengemukakan bahwa CRM merupakan sebuah filosofi bisnis yang menggambarkan suatu strategi penempatan *client* sebagai pusat proses, aktivitas dan budaya. Konsep ini banyak digunakan untuk meningkatkan pelayanan perusahaan. *Customer Relationship Management (CRM)* adalah sebuah usaha dari perusahaan untuk berkonsentrasi menjaga pelanggan dengan mengumpulkan segala bentuk interaksi pelanggan, baik melalui telepon, sms, *e-mail*, masukan dari situs atau hasil perbincangan staf *sales* dan *marketing* dapat pula dikatakan sebuah strategi bisnis menyeluruh dari suatu perusahaan, yang memungkinkan perusahaan menjalin hubungan baik dengan pelanggannya.

Menurut Yahya (2009) CRM adalah strategi bisnis menyeluruh dalam suatu perusahaan yang memungkinkan perusahaan tersebut secara efektif bisa mengelola hubungan dengan para pelanggan. Dengan demikian melalui CRM,

perusahaan dapat melakukan pendekatan sehingga dapat menarik sejumlah informasi mengenai kebutuhan dan keinginan seorang pelanggan.

Berdasarkan penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa CRM adalah suatu konsep manajemen secara menyeluruh yang berpusat pada pelanggan sebagai faktor utama untuk meningkatkan daya saing dan bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara maksimum yang akan membawa keuntungan bagi perusahaan.

2.3.2 Manfaat dan Tujuan CRM

Tunggal (2005) merumuskan manfaat CRM adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan loyalitas pelanggan
Pengaplikasian CRM memungkinkan perusahaan untuk mendayagunakan informasi dari semua titik kontak dengan pelanggan, baik web, *call center* ataupun lewat staff pemasaran yang melakukan pemasaran di lapangan. Konsistensi dan aksesibilitas informasi memungkinkan penjualan dan pelayanan yang lebih baik dengan berbagai informasi penting mengenai pelanggan tersebut.
2. Mengurangi biaya
Dengan kemampuan perusahaan dalam penjualan dan pelayanan, ada biaya yang bisa dikurangi. Misalnya dengan memanfaatkan teknologi web. Pengaplikasian CRM juga memungkinkan penjualan atau pelayanan dengan biaya lebih murah dalam sebuah skema program pemasaran yang spesifik dan terfokus.
3. Meningkatkan efisiensi operasional
Otomatisasi penjualan dan proses pelayanan, dapat mengurangi resiko turunnya kualitas pelayanan. Penggunaan teknologi *website* misalnya, akan mengurangi hambatan birokrasi dan biaya serta proses administratif yang timbul.
4. Peningkatan *time to market*
Pengaplikasian CRM memungkinkan kita dapat membawa produk kepasar dengan lebih cepat dan dengan informasi pelanggan yang lebih baik. Dengan kemampuan penjualan melalui *website* maka hambatan waktu, geografis, sampai ketersediaan sumber data dapat dikesmpngkan untuk mempercepat proses penjualan produk tersebut.
5. Peningkatan pendapatan
Pengaplikasian CRM dapat meningkatkan pendapatan dan keuntungan perusahaan yang lebih baik.

Riset oleh Freeman dan Seddon (2007) menyatakan terdapat keuntungan yang akan diperoleh perusahaan jika melakukan penerapan CRM. Keuntungan tersebut antara lain :

1. Perusahaan dapat meningkatkan proses komunikasi dua arah dengan pelanggan sehingga proses transaksi menjadi lebih cepat dan akurat.
2. Perusahaan dapat meningkatkan *management decision* dan *profit*.
3. Customer service dapat ditingkatkan layanannya.
4. Perusahaan dapat meningkatkan *business growth* dan *support*.

Menurut Hamidin (2008) aktivitas CRM pada dasarnya bertujuan agar perusahaan dapat mengenali pelanggan secara lebih detail dan melayani mereka sesuai dengan kebutuhannya. Hal itu menjadikan pelanggan merasa lebih dekat dengan perusahaan, dan pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan di mata pelanggan.

2.3.3 Pengertian Analisis

Dalam Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer karangan (Salim, 2002) menjabarkan pengertian analisis sebagai berikut :

- a. Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (perbuatan, karangan dan sebagainya) untuk mendapatkan fakta yang tepat.
- b. Analisis adalah penguraian pokok persoalan atas bagian-bagian, penelaahan bagian-bagian tersebut dan hubungan antar bagian untuk mendapatkan pengertian yang tepat dengan pemahaman.
- c. Analisis adalah penjabaran suatu hal, setelah ditelaah secara seksama.
- d. Analisis adalah proses pemecahan masalah yang dimulai dengan hipotesis (dugaan) sampai terbukti kebenarannya melalui beberapa kepastian (pengamatan, percobaan dan pengujian).

2.3.4 Pelanggan

Pelanggan adalah orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa secara terus menerus. Pelanggan atau pemakai produk adalah orang yang berhubungan secara tidak langsung dengan perusahaan-perusahaan bisnis.

Yamit (2004) menyatakan bahwa pelanggan adalah orang yang membeli dan menggunakan produk. Dalam bidang jasa, pelanggan adalah orang yang memakai jasa perusahaan. Dalam bukunya Griffin(2008) menyatakan bahwa pelanggan memberikan pandangan mendalam kepada perusahaan, sehingga perusahaan harus memelihara seorang pelanggan dengan sebaik mungkin.

Menurut Musanto (2004) pelanggan berbeda dengan *customer*, pelanggan adalah orang-orang yang membeli produk atau menggunakan jasa perusahaan secara berulang/terus-menerus dalam jangka waktu tertentu. Sedangkan *customer* adalah orang yang membeli produk atau menggunakan jasa perusahaan tidak terus-menerus atau hanya beberapa kali saja

Definisi dari para ahli di atas menunjukkan bahwa pelanggan adalah orang-orang yang membeli produk atau menggunakan jasa perusahaan secara terus-menerus dalam jangka waktu tertentu.

2.3.5 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2008) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil yang dipikirkan terhadap hasil yang diharapkan. Jika hasil berada dibawah harapan maka dapat disimpulkan pelanggan tidak puas terhadap hasil. Jika hasil memenuhi harapan, maka dapat disimpulkan pelanggan merasa puas dengan hasil. Jika hasil melebihi dari apa yang diharapkan maka pelanggan merasa amat puas atau senang dengan hasil. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan merupakan persepsi atau kesan atas kinerja/hasil yang diharapkan dari perusahaan.

Menurut Kotler & Amstrong (2012), nilai pelanggan adalah perbandingan antara semua keuntungan dan semua biaya yang harus dikeluarkan. Biaya pelanggan adalah biaya yang digunakan untuk mendapatkan, menilai dan menggunakan produk atau jasa. Kepuasan pelanggan sangat bergantung pada persepsi dan ekspektasi pelanggan, maka dari itu sebagai sebuah perusahaan perlu mengetahui factor-faktor yang mempengaruhinya.

Zeithaml (2003) terdapat 4 faktor yang mempengaruhi persepsi dan ekspektasi pelanggan. Persepsi dan ekspektasi tersebut adalah :

5. Apa yang pernah didengar pelanggan dari pelanggan lainnya (*word of mouth communication*). Factor ini merupakan factor potensial yang menentukan ekspektasi pelanggan tersebut.
6. Ekspektasi pelanggan bergantung dari karakteristik kebutuhan pribadi (*personnel needs*).
7. Pengalaman masa lalu (*past experience*).
8. Komunikasi dengan pihak eksternal (*external communication*).

Dengan demikian, kemungkinan antara ekspektasi pelanggan dan kualitas pelayanan (jasa) yang diterimanya adalah Pelanggan menjadi senang jika kualitas pelayanan yang diterima lebih baik dari perkiraannya. Pelanggan menjadi biasa saja jika kualitas pelayanan yang terima sama dengan perkiraannya. Pelanggan menjadi kecewa jika kualitas pelayanan yang diterima lebih jelek dari perkiraannya.

Tjiptono (2008:225) mengungkapkan bahwa dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk, jasa, atau perusahaan tertentu, pelanggan umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk antara lain meliputi:

1. Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli, misalnya kecepatan, konsumen bahan bakar, jumlah penumpang yang dapat diangkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi, dan sebagainya.
2. Ciri – ciri keistimewaan tambah (*features*) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Keandalan (*reliability*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.

4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar – standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Daya tahan (*durability*) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan.
6. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, nyaman, mudah diperbaiki serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak hanya sebatas sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual, yang mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.
7. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, misalnya bentuk fisik yang menarik, model/ desain, warna, dan sebagainya.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

2.3.6 Metode Servqual

Dari penelitian Parasuraman (1990) ada 10 dimensi umum yang mewakili kriteria penilaian yang digunakan pengguna jasa untuk kualitas pelayanan yaitu :

1. *Tangibles*, yaitu sebagai penampilan dari fisik, peralatan, personil dan alat-alat komunikasi.
2. *Reliability*, yaitu sebagai kemampuan untuk memberikan pelayanan yang telah diajanjikan dengan tepat.
3. *Responsiveness*, yaitu sebagai kemauan untuk membantu pengguna jasa dengan memberikan pelayanan yang tepat.
4. *Competence*, yaitu sebagai pengetahuan dan ketrampilan yang diperlukan dalam memberikan pelayanan.
5. *Courtesy*, yaitu sebagai sikap hormat, sopan santun dan ramah tamah yang diberikan dalam melakukan pelayanan.
6. *Credibility*, yaitu sebagai kepercayaan yang diberikan kepada pemberi jasa.
7. *Securit*, yaitu sebagai rasa bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
8. *Access*, yaitu sebagai kemudahan dijangkau dan dihubungi.
9. *Communication*, yaitu sebagai kemudahan berkomunikasi dengan pengguna jasa, termasuk kesediaan mendengarkan keluhan dan keinginan pengguna jasa.
10. *Understanding the customer*, yaitu sebagai usaha untuk mengerti kebutuhan dan keinginan pengguna jasa.

(Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry, 1988), dalam artikelnya mereka menekankan adanya fenomena umum bahwa pencapaian kualitas dalam hal produk dan layanan menduduki posisi sentral. Kualitas layanan ini bagi mereka belum lagi terdefiniskan secara baik. Kualitas layanan, menurut mereka, adalah perbandingan antara Harapan (*Expectation*) dengan Kinerja

(*Performance*). Dengan mengutip Lewis and Booms 1983, mereka menyatakan: "*Service quality* (kualitas layanan) adalah ukuran seberapa baik suatu layanan menemui kecocokan dengan harapan pelanggan. Penyelenggaraan kualitas layanan berarti melakukan kompromi dengan harapan pelanggan dengan tata cara yang konsisten."

Dimensi *SERVQUAL* yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithmal, dan Berry 1988 (dalam utami, 2010:295-296), menjadi dasar pengembangan telaah terhadap kualitas layanan, yaitu:

1. Berwujud (*tangible*), kemampuan pemberian layanan yang nyata atau berwujud meliputi fasilitas fisik perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu keinginan para staff untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Kepastian (*assurance*), kemampuan karyawan untuk memberikan pelayanan yang mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf.
5. Empati, meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian secara personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.

2.4 Populasi dan Sampel

A. Populasi

Populasi berasal dari bahasa Inggris "*population*" yang berarti jumlah penduduk. Dalam metode penelitian, kata populasi amat populer dipakai untuk menyebutkan serumpun/ sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya. Sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian (Bungin 2006:99) dalam (Siregar, 2014)

B. Sampel

Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data, di mana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi (Siregar, 2014).

C. Teknik sampling

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling merupakan teknik pengambilan

sampel yang secara umum terbagi dua yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*.

1. **Probability Sampling**

Probability sampling merupakan metode sampling yang setiap anggota populasi memiliki peluang sama untuk terpilih sebagai sampel (Siregar, 2014)

- **Simple Random Sampling** merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota yang ada dalam suatu populasi untuk dijadikan sampel.
- **Stratified Sampling** merupakan teknik pengambilan sampel dengan populasi yang memiliki strata atau tingkatan, dan setiap tingkatan memiliki karakteristik sendiri. Karena jumlah populasi pada setiap strata tidak sama, maka dalam pelaksanaannya dibagi dua jenis, yaitu:
 - a. **Proporsional** jumlah sampel yang diambil dari setiap strata sebanding, sesuai dengan proporsi ukurannya.
 - b. **Diproporsional** jumlah sampel yang diambil dari setiap strata jumlahnya sama tidak sebanding dengan jumlah populasi dengan proporsi sampel di setiap strata.
 - c. **Cluster Sampling** populasi dibagi dulu atas kelompok berdasarkan area atau *cluster*, lalu beberapa cluster dipilih sebagai sampel, dari *cluster* tersebut bias diambil seluruhnya atau sebagian saja untuk dijadikan sampel, anggota populasi di setiap *cluster* tidak perlu homogen.

2. **Non Probability Sampling**

Non Probability sampling, setiap unsur yang terdapat dalam populasi tidak memiliki atau peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel, bahkan probabilitas anggota tertentu untuk terpilih tidak diketahui (Siregar, 2014).

- **Convenience Sampling** adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan saja, anggota populasi yang ditemui peneliti, dan bersedia menjadi responden untuk dijadikan sampel, atau peneliti memilih orang yang terdekat saja.
- **Purposive Sampling** merupakan metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu
- **Quota Sampling** merupakan metode penerapan sampel dengan menentukan quota terlebih dahulu pada masing-masing kelompok, sebelum quota masing-masing kelompok terpenuhi maka penelitian belum dianggap selesai.
- **Snowball Sampling** adalah teknik pengambilan sampel yang pada mulanya jumlahnya kecil tetapi makin lama makin banyak, berhenti sampai informasi yang didapatkan dinilai telah cukup.

D. Menentukan Ukuran Sampel

Jumlah ukuran sampel sering dinyatakan dengan ukuran sampel. Jumlah sampel yang diharapkan 100% mewakili populasi adalah sama dengan jumlah anggota populasi itu sendiri. Jadi bila jumlah populasi 1000 dan hasil penelitian itu akan diberlakukan untuk 1000 orang tersebut tanpa ada kesalahan, maka jumlah sampel yang diambil sama dengan jumlah populasi tersebut yaitu 1000 orang. Makin besar jumlah sampel mendekati populasi, maka peluang kesalahan generalisasi semakin kecil dan sebaliknya makin kecil jumlah sampel menjauhi populasi, maka makin besar kesalahan generalisasi (diberlakukan umum).

Berapa jumlah anggota sampel yang paling tepat digunakan dalam penelitian? Jawabannya tergantung pada tingkat ketelitian atau kesalahan yang dikehendaki. Tingkat ketelitian/ kepercayaan yang dikehendaki sering tergantung pada sumber dana, waktu dan tenaga yang tersedia. Makin besar tingkat kesalahan maka akan semakin kecil jumlah sampel yang diperlukan, dan sebaliknya, makin kecil tingkat kesalahan, maka akan semakin besar jumlah anggota sampel yang diperlukan sebagai sumber data.

Roscoe (1975) yang dikutip Uma Sekaran (2006) memberikan acuan umum untuk menentukan ukuran sampel :

1. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian
2. Jika sampel dipecah ke dalam subsampel (pria/wanita, junior/senior, dan sebagainya), ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat
3. Dalam penelitian multivariate (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya 10x lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian
4. Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol eksperimen yang ketat, penelitian yang sukses adalah mungkin dengan ukuran sampel kecil antara 10 sampai dengan 20

2.5 Skala Pengukuran

Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu kejadian atau keadaan sosial, di mana variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item pertanyaan.

Kelebihan skala likert dibandingkan dengan model sikap lainnya adalah :

1. Skala Likert mudah dibuat dan diterapkan.
2. Terdapat kebebasan dalam membuat pernyataan selama pernyataan masih sesuai dengan konteks permasalahan dan indikator.
3. Mampu memperjelas item pertanyaan karena jawaban berupa alternatif (permasalahan).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala *Likert* lima poin yang terdiri dari “Sangat Tidak Setuju”, “Tidak Setuju”, “Netral”, “Setuju”, dan “Sangat Setuju”. Menurut Sugiyono (2007) skala likert merupakan skala yang dapat mengukur, persepsi, pendapat, serta sikap responden terhadap fenomena sosial yang menjadi variabel dalam penelitian. Alternatif jawaban pada skala ini terperinci mulai dari sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

2.6 Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2014). Menurut (Riduwan, 2005) kuesioner (angket) adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain bersedia memberikan respon (responden) sesuai dengan permintaan pengguna.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas disimpulkan bahwa kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diisi oleh pengguna.

- a. Menurut (Riduwan, 2005) angket dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:
 1. Angket terbuka (angket tidak berstruktur) ialah angket yang disajikan dalam bentuk sederhana sehingga responden dapat memberikan isian sesuai dengan kehendak dan keadaannya.
 2. Angket tertutup (angket berstruktur) adalah angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden diminta untuk memilih satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya dengan cara memberikan tanda silang (x) atau tanda checklist (v).

Uma Sekaran (1992) dalam Sugiyono mengungkapkan beberapa prinsip penulisan angket yaitu sebagai berikut:

- a. Prinsip penulisan angket
 1. Isi dan tujuan pertanyaan, yang dimaksud disini adalah isi pertanyaan tersebut merupakan bentuk pengukuran atau bukan. Kalau berbentuk pengukuran, maka dalam membuat pertanyaan harus teliti, setiap pertanyaan harus ada skala pengukuran dan jumlah itemnya mencukupi untuk mengukur variabel yang diteliti.
 2. Bahasa yang digunakan, bahasa yang digunakan dalam penulisan angket harus disesuaikan dengan kemampuan berbahasa responden.
 3. Tipe dan bentuk pertanyaan, tipe pertanyaan dalam angket dapat berupa terbuka atau tertutup, (dalam wawancara bisa terstruktur dan tidak terstruktur), dan bentuknya dapat menggunakan kalimat positif dan negatif.
 4. Pertanyaan tidak mendua
 5. Tidak menanyakan yang sudah lupa
 6. Pertanyaan tidak menggiring, artinya usahakan pertanyaan tidak menggiring pada jawaban yang baik saja atau yang jelek saja.

7. Panjang pertanyaan, pertanyaan dalam angket sebaiknya tidak terlalu panjang, sehingga akan membuat jenuh responden dalam mengisi.
8. Urutan pertanyaan, urutan pertanyaan dalam angket, dimulai dari yang umum menuju ke hal yang spesifik, atau dari yang mudah menuju hal yang sulit.

2.7 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2007) hipotesis merupakan dugaan atau jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian. Rumusan masalah bisa berupa pernyataan terkait hubungan antara dua variabel penelitian atau lebih, variabel mandiri atau perbandingan.

2.7.1 Hipotesis Deskriptif

Hipotesis deskriptif adalah asumsi terhadap satu variabel atau variabel mandiri. Dalam hipotesis deskriptif terdapat perumusan antara hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1) dan antara kedua hipotesis tersebut selalu berpasangan, bila salah satu dari hipotesis nol atau alternatif ditolak maka yang lain pasti diterima. Hipotesis nol dirumuskan dalam simbol (H_0) dan selalu dipasangkan dengan hipotesis alternatif (H_1). Dengan demikian dapat diputuskan dengan tegas di antara H_0 dan H_1 mana yang ditolak dan mana yang diterima (Sugiyono, 2007).

Ada kalanya peneliti merumuskan hipotesis dalam bentuk H_1 dan H_0 untuk satu permasalahan penelitian. Hal ini didasari atas pertimbangan bahwa H_0 "sengaja" dipersiapkan untuk ditolak, sedangkan H_1 "dipersiapkan" untuk diterima (Sudarwan Danim dan Darwis, 2003 : 171).

Menurut Kurniawan (2008) dasar pengambilan keputusan yaitu:

H_0 : Antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent* tidak terdapat pengaruh secara signifikan.

H_1 : Antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent* terdapat pengaruh secara signifikan.

2.7.2 Hipotesis asosiatif

Hipotesis asosiatif adalah hipotesis yang menunjukkan asumsi tentang suatu korelasi antara dua variabel atau lebih. Bunyi hipotesis statistiknya sebagai berikut:

$H_0 : \rho = 0$ (ρ = simbol eratnya keterikatan hubungan antar variabel)

$H_a : \rho \neq 0$

Dapat dibaca : Hipotesis nol, menunjukkan adanya hubungan antar variabel.

2.8 Uji Asumsi Klasik

2.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji dalam regresi apakah terdapat variable pengganggu atau residual yang memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011). Dalam pengujian regresi yaitu uji t dan uji F nilai distribusi residual harus berdistribusi normal.

Menurut Ghozali (2011) untuk mendeteksi apakah variable berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan melihat histogram dan residual atau dengan cara melihat penyebaran residual titik pada sumbu diagonal grafik, dengan keputusan sebagai berikut :

1. Jika data tidak mengikuti arah garis diagonal, atau menyebar jauh dari diagonal grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal, dengan begitu model regresi dinyatakan berdistribusi normal.
2. Jika data mengikuti arah garis diagonal dan menyebar disekitar garis diagonal atau grafik histogram, maka pola distribusi tidak normal dan tidak bisa dilanjutkan ke penelitian selanjutnya.

2.8.2 Uji Multikolonieritas

Ghozali (2011) berpendapat bahwa uji multikolonieritas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel *independent* pada model regresi. Apabila terdapat masalah multikolinieritas dan terjadi korelasi antar variabel *independent* maka model regresi dinyatakan buruk. Jika tidak terjadi korelasi diantara variabel *independent* maka dapat dikatakan model regresi tersebut baik.

Untuk mendeteksi adanya multikolonieritas dalam penelitian, dengan melihat nilai *tolerance and variante inflation factor* untuk mengetahui apakah terjadi multikolonieritas atau tidak. Jika $VIF > 10$ dan $Tolerance < 0,1$, maka pada variabel *independent* terdapat masalah multikolinieritas dengan variabel *independent* lainnya. Sedangkan jika $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,1$ maka tidak terjadi multikolinieritas (Ghozali, 2011).

$$F \text{ Hitung} = \frac{R^2 - 1}{1 - R^2} \times \frac{n - k}{k - 1}$$

Keterangan :

$R^2 \times t$ = Nilai R^2 dari hasil estimasi regresi

N = jumlah data

K = jumlah variabel independen termasuk konstanta

2.8.3 Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2011) uji *autokorelasi* digunakan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode sekarang dengan kesalahan pengganggu pada saat sebelumnya pada metode regresi linier.

Untuk mengetahui adanya autokorelasi, maka menggunakan nilai Durbing Watson sebagai berikut :

1. Apabila $DL < DW < DU$ atau $4-DU < DW < DL$, berarti tidak ada kesimpulan atau kepastian yang pasti.
2. Apabila $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$, maka terjadi korelasi.
3. Apabila $DU < DW < 4-DU$, yang berarti tidak ada korelasi

2.8.4 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2011) uji *heteroskedastisitas* bertujuan untuk melihat perbedaan residual satu peninjauan lainnya. Apabila terdapat perbedaan residual dari peninjauan terhadap peninjauan lainnya berbeda, maka terjadi heteroskedastisitas. Metode regresi dinyatakan baik jika tidak terdapat heteroskedastisitas.

Untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas sebagai berikut :

1. Apabila tidak terdapat pola titik-titik yang teratur atau jelas, serta angka tersebut berada diatas sumbu Y, maka tidak ada *heteroskedastisitas*.
2. Apabila terdapat pola titik-titik tertentu maka dapat dikatakan terjadi *heteroskedastisitas*.

2.9 Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan metode analisis yang dikembangkan untuk menguji pengaruh beberapa variabel *independent* terhadap satu variabel *dependent* (Hair et al., 2010). Model ini mengasumsikan adanya hubungan satu garis lurus antara variabel *dependent* dengan masing-masing variabel *independent*. Menurut Levin & Rubin (1998) disitasi dalam Sarwono (2013) regresi linier digunakan untuk menentukan karakteristik dan kekuatan hubungan antara dua variabel serta memprediksi nilai dari suatu variabel yang belum diketahui dengan didasarkan pada pengujian terhadap variabel tersebut dan variabel-variabel lainnya. Kemudian dalam regresi dikembangkan suatu persamaan estimasi yaitu rumus matematika yang menghubungkan variabel-variabel yang diketahui dengan variabel-variabel yang tidak diketahui. Setelah dipelajari pola hubungannya, kemudian dapat mengaplikasikan analisis korelasi untuk menentukan tingkatan dimana variabel – variabel tersebut berhubungan. Sehingga, analisis korelasi mengungkapkan seberapa benar persamaan estimasi sebenarnya menggambarkan hubungan tersebut. Rumus persamaan umum regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n + e$$

Dengan Y adalah variabel *dependent*, dan X adalah variabel-variabel *independent*, sedangkan a adalah konstanta dan b adalah koefisien regresi. Sedangkan e adalah standar error. Secara rinci, tujuan menggunakan analisis regresi linier berganda antara lain:

1. Membuat estimasi rata-rata dan nilai variabel tergantung dengan didasarkan pada nilai variabel *independent*.
2. Menguji hipotesis
3. Meramalkan nilai rata-rata variabel *dependent* dengan didasarkan pada nilai variabel *independent* diluar jangkauan sampel.

2.9.1 Uji Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2011) dalam pengujian regresi linier berganda terdapat tiga macam pengukuran ketepatan fungsi regresi diukur dari nilai uji t, uji F dan nilai koefisien determinasi.

1. Uji T (Partial)

Uji t digunakan untuk menguji apakah sebuah variabel *independent* benar-benar memberikan kontribusi terhadap variabel *dependent* (Kurniawan, 2008). Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel *independent* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent* (Ghozali, 2011).

2. Uji Simultan (Uji Statistik F)

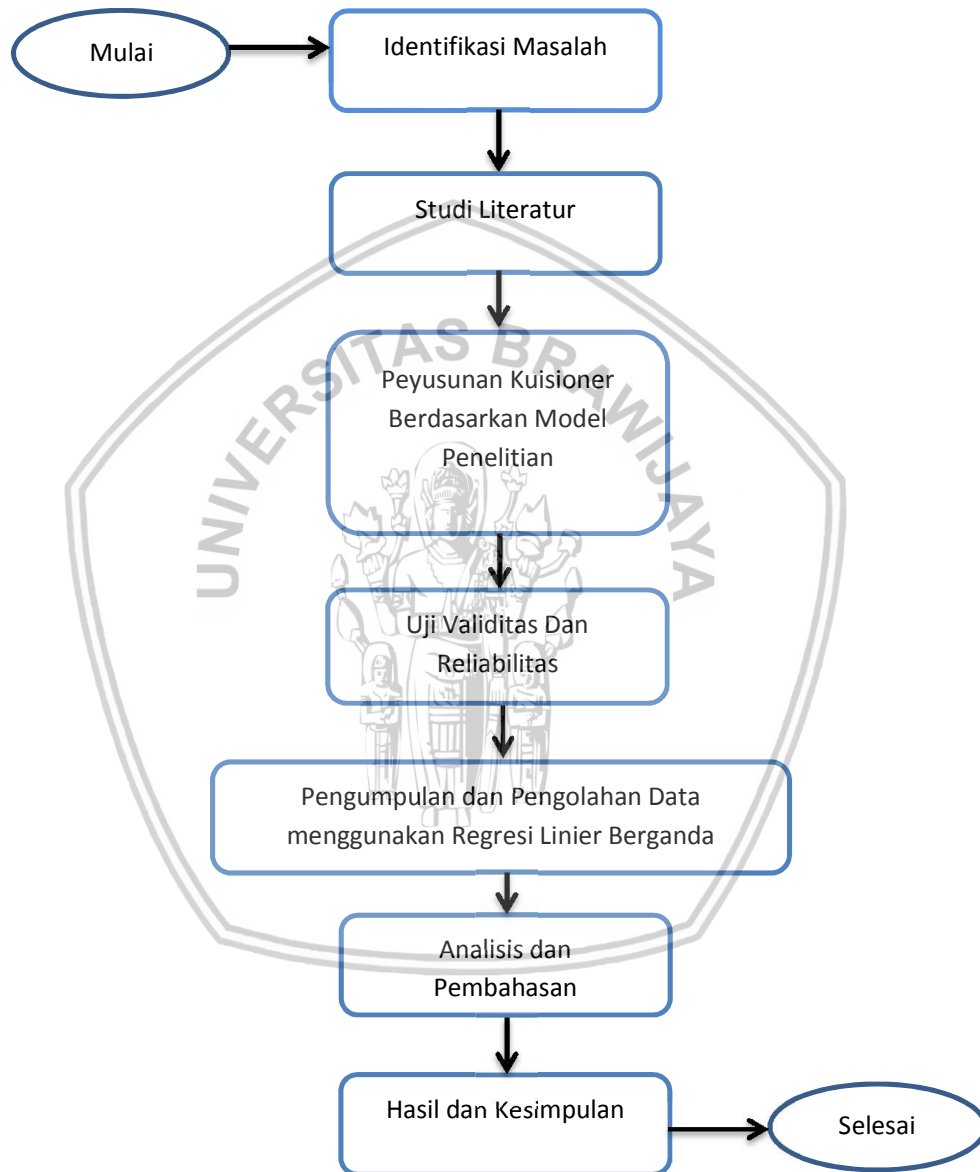
Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independent* secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent* (Ghozali, 2011). Menurut Ghozali (2011) pengujian ini dilakukan dengan kriteria pengambilan keputusan, yaitu (1) apabila nilai Fhitung lebih besar daripada 4 dengan tingkat kepercayaan 5% maka semua variabel *independent* secara bersama-sama dan signifikan mempengaruhi variabel *dependent*, membandingkan nilai F hitung dengan nilai Ftabel. Jika nilai Fhitung lebih besar daripada nilai Ftabel, maka semua variabel *independent* secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel *dependent*.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dalam regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui prosentase pengaruh variabel *independent* secara serentak terhadap variabel *dependent*. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi variabel *independent* yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel *dependent*. Nilai R^2 adalah antara nol dan satu. Apabila nilai R^2 kecil maka pengaruh yang diberikan variabel *independent* terhadap variabel *dependent* sangat terbatas. Sebaliknya apabila nilai R^2 mendekati 1, maka prosentase pengaruh yang diberikan variabel *independent* terhadap variabel *dependent* adalah hampir sempurna (Ghozali, 2011).

BAB 3 METODOLOGI

Bab ini akan membahas mengenai cara dan metode yang di gunakan dalam meng analisis kepuasan pelanggan.



Gambar 1. Alur Metodologi Penelitian

Berdasarkan gambar 3, tahapan alur metodologi penelitian adalah sebagai berikut :

1. Identifikasi Masalah

Penelitian ini dimulai dengan mendeskripsikan rumusan masalah. Ditulis Identifikasi berdasarkan latar belakang penelitian, ditulis pada rumusan masalah dalam bentuk pertanyaan yang kemudian akan diperoleh hasil dan kesimpulannya. Masalah yang didapatkan bersalah dari penyebaran kuisisioner yang dilakukan oleh 125 responden pengguna Go-Jek di kota Malang. Hasil kuisisioner menunjukkan bahwa layanan yang dilakukan oleh Go-Jek di Kota Malang tidak memuaskan.

2. Studi Literatur

Sumber landasan kepustakaan dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan Tri Sudarwanto dan Nafisa Choirul (2016), Laurent Felicia (2016), Setyaningrum dan Hidayat (2016). Ketiga peneliti tersebut membahas mengenai kualitas layanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan menggunakan metode *Servqual*.

3. Penyusunan Kuisisioner Berdasarkan Model Penelitian

Penyusunan kuisisioner berdasarkan model penelitian yang dilakukan oleh Setyaningrum dan Hidayat (2016) yang telah dilakukan modifikasi berdasarkan kebutuhan penelitian ini. Penyusunan kuisisioner mencakup dimensi-dimensi *servqual*. Kuisisioner ini juga memuat indikator-indikator yang ada dalam penelitian sebelumnya serta menjabarkan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan yang mudah dipahami oleh responden dan sesuai dengan studi kasus yang digunakan. Kuisisioner ini kemudian diolah sehingga dapat menjawab rumusan masalah.

4. Uji *Validitas* dan Uji *Reliabilitas*

Pengujian instrumen penelitian dilakukan terhadap 30 responden untuk mengetahui apakah data sudah *valid* dan *reliabel* atau belum. Data yang digunakan berasal dari responden yang merupakan anggota populasi penelitian sehingga tidak termasuk anggota sampel. Pengujian *validitas* menggunakan metode *Aiken* dan pengujian *Reliabilitas* menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Dari kedua metode tersebut dapat diketahui apakah item kuisisioner *valid* dan *reliable*.

5. Pengumpulan dan Pengolahan Data

Proses pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner terhadap pengguna Go-Jek di kota Malang. Rentang usia dalam penelitian ini adalah usia 17-44 tahun.

6. Analisis dan Pembahasan

Setelah data terkumpul maka dilakukan pengujian. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji *normalitas*, uji *heteroskedastisitas*, uji *autokorelasi* dan uji *multikolinieritas*. Setelah dinyatakan lolos pengujian asumsi klasik kemudian dilakukan pengujian hipotesis dengan regresi linier berganda yaitu uji t, uji f dan uji koefisien determinasi. Dalam menganalisa data dilakukan dengan metode analisis

regresi linier berganda. Metode analisis regresi linier berganda sangat cocok digunakan untuk meneliti pengaruh variabel indepent terhadap variabel dependent kepuasan pelanggan.

Setelah melakukan analisis data, kemudian dilakukan pembahasan hasil analisis terhadap hipotesis. Dalam penelitian ini terdapat 6 hipotesis yang akan digunakan. Pembahasan dilakukan untuk melihat apakah hipotesis diterima atau ditolak.

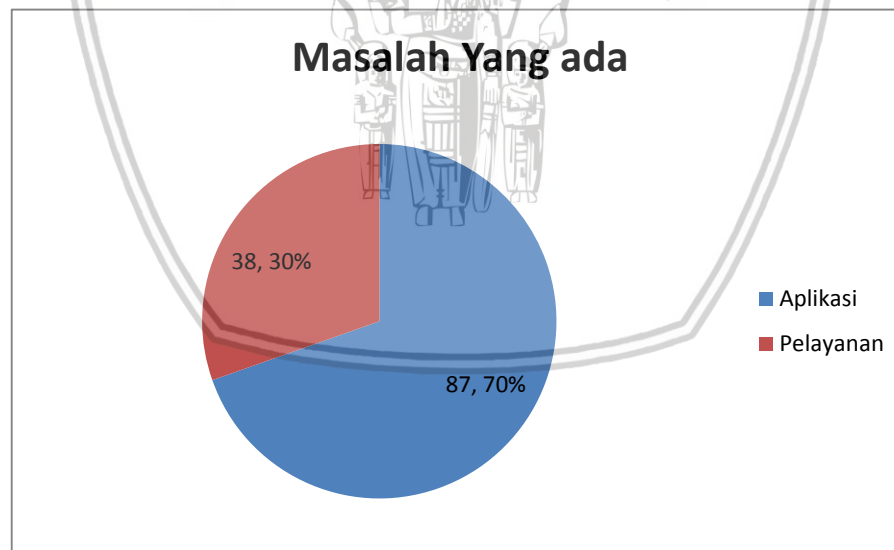
7. Hasil dan Kesimpulan

Setelah melakukan analisis data dan mengetahui hasil dari penelitian ini, kemudian dilakukan tahap kesimpulan. Kesimpulan berisi ringkasan dari penelitian yang telah dilakukan dan telah menjawab rumusan masalah. Setelah didapat kesimpulan maka dapat dituliskan saran-saran yang ditujukan terhadap penelitian selanjutnya maupun untuk perusahaan Go-Jek kota Malang.

3.1 Identifikasi Masalah

Untuk mengetahui masalah yang terjadi di Go-Jek kota Malang, penulis terlebih dahulu membuat studi pendahuluan. Studi pendahuluan ini bertujuan untuk mengetahui masalah-masalah yang timbul di kalangan konsumen Go-Jek Kota Malang. Peneliti membagikan kuisisioner terhadap konsumen Go-Jek Kota Malang, dengan jumlah sampling sebanyak 125 orang.

Dari hasil pembagian kuisisioner, dapat diketahui sebagai berikut.



Gambar 2 Masalah yang timbul

Table 2 Permasalahan Pelayanan *Driver* Go-Jek

No	Permasalahan Pelayanan <i>Driver</i> Go-Jek	Hasil Survey
1	<i>Driver</i> Telat	14 (22,2%)
2	<i>Driver</i> belum hapal jalan/arah tujuan	22 (34,9%)
3	<i>Driver</i> kurang tanggap/respon	11 (17,5%)
4	Pesanan tidak diantar	1 (1,6%)
5	<i>Driver</i> tidak datang	4 (6,3%)
6	<i>Driver</i> kurang sopan	3 (4,8%)
7	Lainnya	12 (19%)

Penelitian tersebut menunjukkan banyak konsumen mengaku kurang puas dengan pelayanan yang ditawarkan oleh Go-Jek. Hal ini dapat berakibat buruk untuk perusahaan. Dengan adanya masalah diatas, peneliti ingin menggunakan metode *Servqual* untuk meneliti kepuasan pelanggan.

3.2 Studi Literatur

Literatur yang digunakan dalam penelitian ini adalah dari penelitian yang dilakukan oleh Tri Sudarwanto dan Nafisa Choirul (2016), Laurent Felicia (2016), Setyaningrum dan Hidayat (2016). Ketiga rujukan tersebut meneliti mengenai kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode *servqual*.

3.3 Penyusunan Kuisisioner

3.3.1 Jenis Penelitian

Dengan tujuan penelitian yang tertera pada bab sebelumnya, penulis menggolongkan penelitian ini sebagai penelitian deskriptif. Penelitian ini dapat digolongkan sebagai penelitian deskriptif karena bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik *variable-variable* pada suatu situasi tertentu .

Zikmund (2000) juga mengklasifikasikan penelitian berdasarkan waktu (*temporal classification* atau *time dimension*). Berdasarkan klasifikasi tersebut, penelitian ini tergolong tipe *cross-sectional studies*, yaitu penelitian yang dilakukan satu kali (tidak kontinu) dalam satu waktu tertentu. Karena *cross-sectional studies* dilakukan pada saat tertentu, maka tipe penelitian ini sering disebut sebagai “*snapshots*” dari populasi (Burns & Bush, 2000).

3.3.2 Populasi dan Sampel

Menurut Azwar (2005, p.77), populasi dalam penelitian sosial biasanya didefinisikan sebagai kelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian, memiliki ciri-ciri atau karakteristik bersama yang membedakannya dari kelompok subjek yang lain. Dari pengertian di atas, populasi pada penelitian ini adalah pelanggan Go-Jek di kota Malang.

Menurut Sugiyono (2012, p.81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dari populasi ini, akan ada beberapa orang yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini. Peneliti mencari responden yang sesuai disyaratkan yaitu pernah menginstall aplikasi saja maupun menggunakan jasa Go-Jek lebih dari 1 kali, maka sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan layanan dan yang hanya menginstall aplikasi Go-Jek. Hair et al. (1998) menyebutkan bahwa jumlah sampel adalah sebesar 100–200, maka jumlah sampel yang ditetapkan oleh peneliti adalah sebesar lebih dari 100 responden.

3.3.3 Skala Pengukuran

Pada penelitian ini data dari responden diperoleh melalui kuisioner yang menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan perasaan seseorang atau kelompok mengenai fenomena yang terjadi. Variabel yang diukur pada skala ini akan dijabarkan menjadi beberapa indikator. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk penyusunan pertanyaan-pertanyaan pada instrumen. Dalam penelitian ini menggunakan skala likert 5 point yang memuat nilai dari jawaban responden.

Jawaban tersebut adalah sebagai berikut :

- Sangat Tidak Setuju (STS) : skor 1
- Tidak Setuju (TS) : skor 2
- Netral (N) : skor 3
- Setuju (S) : skor 4
- Sangat Setuju (SS) : skor 5

3.3.4 Instrumen Penelitian

Untuk memperoleh data, maka instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah melakukan pengambilan data di lapangan dengan menggunakan kuisioner *online*. Kuisioner yang telah disediakan secara *online* disebarkan melalui media sosial sehingga responden cukup melakukan klik pada link kemudian langsung dapat mengisi kuisioner tersebut. Kuisioner yang akan dibagikan memuat dimensi-dimensi yang berada di Metode *Servqual*. Adapun kisi-kisi kuisioner dapat dilihat dilampiran b.

3.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Setelah instrumen penelitian selesai dibuat, selanjutnya dilakukan pengujian *validitas* dan uji *reliabilitas* dengan melakukan *pilot study* terhadap 30 responden. Responden tersebut merupakan bagian dari populasi namun bukan bagian dari sampel yang digunakan dalam penelitian.

3.4.1 Uji Validitas

Setelah didapatkan data kuesioner dari para responden yang mengisi kuesioner dengan penilaian bervariasi, data tersebut kemudian diolah. Kuesioner terdiri dari pertanyaan yang mewakili aspek dari *Servqual* yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *variable dependent* kepuasan pelanggan Go-Jek di Kota Malang. Uji *validitas* menggunakan metode *Aiken*. Uji *validitas* digunakan untuk mengetahui apakah kuisisioner yang akan disebarakan sudah valid atau belum. Jika nilai dalam pengujian validitas lebih dari 0,361 dalam tabel, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa item valid dan dapat digunakan.

3.4.2 Uji Reliabilitas

Uji *Reliabilitas* berguna untuk menetapkan apakah instrument yang dalam hal ini adalah kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Uji reliabilitas instrument mencirikan tingkat konsistensi. Uji *realibilitas* dilakukan dengan memeriksa nilai *Cronbach's Alpha* (Barnes and Vidgen). Pengukuran dengan menggunakan metode ini telah banyak digunakan secara luas di banyak penelitian. Koefisien *alpha* digunakan sebagai ukuran konsistensi internal. Semakin nilainya mendekati 1, semakin besar konsistensi internal item-item di dalam kuesioner. Berdasarkan George dalam Tarigan (2008) terdapat aturan praktis yang dapat diterapkan terkait dengan nilai *alpha*, jika *alpha* > 0,9 berarti realibilitas model sangat baik, *alpha* > 0,8 berarti baik, *alpha* > 0,7 artinya realibilitas model bisa diterima, *alpha* > 0,6 berarti layak, *alpha* > 0,5 berarti model kurang baik, dan *alpha* < 0,5 berarti model tidak dapat diterima (Noora, 2015).

3.5 Pengumpulan dan Pengolahan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode survey, yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang dibuat berdasarkan indikator-indikator metode *servqual* dari variabel penelitian yang harus direspon oleh responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuisisioner yang disebarakan melalui *google form*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner terhadap pengguna Go-Jek di kota Malang.

3.5.1 Jenis Data

Data primer adalah data yang diperoleh melalui hasil penelitian langsung terhadap obyek yang diteliti. Data tersebut diperoleh dari hasil kuesioner dari responden yang menggunakan dan hanya menginstall aplikasi Go-Jek di Kota Malang. Data dan variabel penelitian yang akan diteliti adalah demografi dan sosiografi. Data demografi (a) profil responden, terdiri dari nama, alamat, jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan (Barnes et al., 2001); (b) dan instrumen

penelitian mengenai kualitas layanan dengan menggunakan 5 dimensi *servqual* yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*.

3.5.2 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *Non Probablity Sampling*. *Non Probability* sampling, setiap unsur yang terdapat dalam populasi tidak memiliki atau peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel, bahkan probablitas anggota tertentu untuk terpilih tidak diketahui (siregar, 2014). Tenik yang diambil adalah *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* merupakan metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Dalam penelitian ini disebarkan kuisisioner yang diisi langsung oleh responden.

3.6 Analisis Dan Pembahasan

3.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Data yang diperoleh setelah hasil seleksi sesuai kriteria peneliti, selanjutnya akan diuji asumsi klasik terlebih dahulu setelah itu di uji regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi statistika. Uji asumsi klasik yang digunakan untuk menguji apakah model *regresi* yang digunakan merupakan model yang baik serta memenuhi kriteria *unbiased estimator*, *best* and *linier*. Uji tersebut diantaranya yaitu uji *normalitas*, uji *multikolinieritas*, uji *autokorelasi* dan uji *heteroskedastisitas*.

Langkah pertama dalam melakukan uji asumsi klasik adalah uji normalitas. Uji *normailtas* dilakukan untuk menguji dalam model regresi apakah *variable* pengganggu atau residual memiliki distribusi yang normal. Selanjutnya dilakukan uji *multikolonieritas* yang bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antar variabel *independentt*. Kemudian uji *autokorelasi* yang berfungsi untuk mengindikasi terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode saat ini dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. *Durbin Watson* dapat digunakan sebagai metode dalam pengujian autokorelasi. Yang terakhir yaitu uji *heteroskesdastisitas* berfungsi untuk mengetahui apakah model *regresi* terjadi perbedaan dari *residual* satu peninjauan ke peninjauan lainnya.

Jika dalam pengujian asumsi klasik tidak terjadi suatu masalah, maka bisa dilanjutkan ke pengujian analisis regresi linier berganda. Sehingga model regresi dapat dikatakan baik apabila terbebas dari uji asumsi klasik. Pengujian ini bertujuan untuk membuktikan adanya fungsi pada variabel *independentt* dan *dependentt*. Pengujian pertama yaitu koefisien determinasi *Ajusted R Square* untuk melihat besaran pengaruh antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Selanjutnya pengujian F dan T, uji F berfungsi untuk melihat seberapa pengaruh secara bersama-sama antara variabel *independentt* terhadap *dependentt*. Kemudian uji T berfungsi untuk mengetahui signifikansi variabel secara parsial antara kedua variabel tersebut. Semua tahapan tersebut digunakan untuk menjawab rumusan masalah serta

menjawab hipotesis penelitian yang berjumlah 6 hipotesis. Semua proses analisis dilakukan dengan menggunakan software statistika SPSS

3.7 Kesimpulan Dan Saran

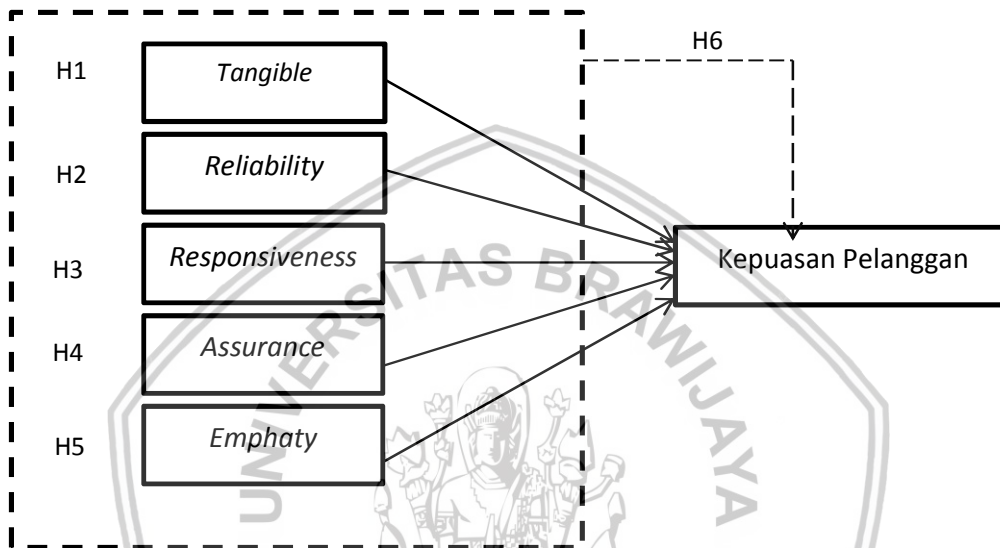
Penarikan kesimpulan didapatkan setelah data kuesioner dari responden didapatkan. Setelah dijelaskan dari hasil penelitian maka ditariklah beberapa kesimpulan yang kemudian akan dihubungkan dengan rumusan masalah yang telah ditentukan diawal. Selanjutnya diberikan sebuah saran untuk perbaikan pengembangan kedepannya sesuai dengan hasil analisis yang didapat.



BAB 4 ANALISIS DATA

Pada bab ini akan dijelaskan prosedur dalam melakukan pengumpulan data yang akan digunakan untuk penelitian, serta menunjukkan data yang telah diperoleh dari responden dan hasil pengujian yang dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

4.1 Model Penelitian



Gambar 1 Model Penelitian

Hipotesis penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. H1 : Terdapat pengaruh signifikan antara *variable Tangible* dengan kepuasan pelanggan.
2. H2 : Terdapat pengaruh signifikan antara *variable Reliability* terhadap kepuasan pelanggan
3. H3 : Terdapat pengaruh signifikan antara *variable Responsivennes* terhadap kepuasan pelanggan
4. H4 : Terdapat pengaruh signifikan antara *variable Assurance* terhadap kepuasan pelanggan
5. H5 : Terdapat pengaruh signifikan antara *variable Emphaty* terhadap kepuasan pelanggan
6. H6 : Terdapat pengaruh simultan antara *variable independent* terhadap *variable dependent*

Untuk menjawab hipotesis di atas penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Perhitungan ini digunakan untuk mengetahui pengaruh nilai antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Selain

itu, regresi linier berganda juga mampu memprediksi kondisi variabel *dependent*, jika dua atau lebih variabel *independent* sebagai faktor prediktor dipalsukan atau dimanipulasi. Variabel *dependent* yaitu kepuasan pelanggan dengan variabel *independent* yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*. Penelitian ini menggunakan 5 variabel *independent* oleh karena itu perhitungan dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda karena variabel *independent* yang digunakan lebih dari dua.

4.2 Hasil Perancangan Kuisiomer

Pada table dibawah ini akan dijelaskan lebih rinci mengenai instrumen penelitian yang dilakukan.

Table 1. Instrumen Penelitian

No	Metode	Variable	Indikator	Pernyataan	No.Item
1	Kualitas Layanan (Metode <i>Servqual</i>)	<i>Tangible</i> (Berwujud)	Pegawai	Penampilan Petugas Dalam Melayani Konsumen	T 1
				Penggunaan identitas dalam bekerja Kedisiplinan pegawai dalam melakukan pelayanan	T 2
			Perlengkapan	Pegawai memberikan peralatan perlengkapan yang memadai	T 3
			Peralatan	Pegawai Menggunakan peralatan layak dan standart	T 4, T 5

Table 2. Instrumen Penelitian (lanjutan)

No	Metode	Variable	Indikator	Pernyataan	No.Item
	Kualitas Layanan (Metode <i>Servqual</i>)	<i>Reliability</i> (Keandalan)	Konsisten	Pegawai Memberikan pelayanan yang sama dan konsisten setiap waktu	RL 6, RL 7
			Akurat	Pelayanan yang diberikan selalu akurat dan tepat sasaran	RL 8, RL 9
			Handal	Memberikan kemudahan dalam melayani konsumen dari sisi system maupun pegawai	RL 10, RL 11
		Responsiveness (Daya Tanggap)	Kesigapan	Kesigapan dalam menangani konsumen	RS 12, RS 13
			Kecepatan	Kecepatan pegawai atau system dalam pelayanan konsumen	RS 14
			Penanganan	Pengangan dalam masalah atau keluhan setiap konsumen	RS 15, RS 16
		<i>Assurance</i> (Jaminan)	Kompetensi	Pegawai dan system berkompeten dalam melayani konsumen	AS 17, AS 18
			Kredibilitas	Pegawai dan system memiliki kinerja baik sehingga dapat dipercaya konsumen	AS 19, AS 20, AS 21

Table 3 Instrumen Penelitian (lanjutan)

No	Metode	Variabel	Indikator	Pernyataan	No.Item
		<i>Assurance</i>	Kesopanan	Pegawai memiliki jaminan berkelakuan baik	AS 22
		<i>Emphaty</i>	Akses	Memberikan Kenyamanan dan kemudahan	EM 23
			Komunikasi	Mampu berkomunikasi dengan baik dengan konsumen	EM 24, EM 25, EM 26
			Pemahaman	Memahami kondisi konsumen dan keadaan sekitar	EM 27, EM 28
2		Kepuasan Pelanggan (<i>Dependent</i>)	Kesesuaian	Kesesuaian layanan dengan yang diharapkan konsumen	KP 1, KP 2
			Harga	Harga yang masuk akal dan dapat dijangkau konsumen	KP 3, KP 4
			Layanan	Kepuasan penumpang akan layanan yang ditawarkan	KP 5, KP 6, KP7, KP 8

4.3 Pengujian Item Kuisisioner

Sebelum membagikan kuisisioner kepada responden, dilakukan dahulu langkah pengujian per item pernyataan. Pengujian yang dilakukan adalah validitas isi (*Content validity*) dan *pilot study*. Validitas isi (*content validity*) merupakan pengujian kelayakan dan relevansi isi terhadap item apakah mudah di pahami dan memenuhi obyek yang diujikan . Pengujian validitas ini dilakukan oleh *expert*. Selanjutnya dilakukan *pilot testing* dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden. Data tersebut kemudian dimasukkan untuk uji *validitas* dan uji *reliabilitas* item kuesioner. Jika terdapat item yang tidak valid, maka item tersebut akan dihapus. Hasil pengujian *pilot study* dapat dilihat pada Tabel 7.

Sebelum disebarkan dengan *pilot study*, sebelumnya kuisisioner diujikan oleh *expert* yang sudah berkompeten untuk mengetahui kesalahan dan kekurangan kuisisioner. Hasil dari pengujian oleh *expert* kemudian diolah dengan

menggunakan formula dari Aiken's V. Batas yang digunakan dalam validitas isi adalah lebih besar dari 0,69 (Yang, 2006). Hasil perhitungan menggunakan Aiken's V terdapat 6 item yang kurang dari 0,69 dan 30 item yang lebih besar dari 0,69. Pada item yang memiliki nilai kurang dari 0,69 harus diperbaiki sesuai dengan saran dari para ahli. Hasil perhitungan Aiken's V dapat dilihat pada lampiran A. Kesalahan secara umum, pendapat dari para ahli adalah pernyataan kurang dijelaskan dan susunan kata atau SPOK.

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur yang digunakan mampu memberikan hasil yang sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai. Uji validitas perlu dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar mengukur apa yang perlu diukur. Uji validitas dilakukan dengan jumlah indikator sebesar 30 data dan data signifikansinya sebesar 5% maka ditemukan nilai r adalah 0,361

Table 4 Hasil Uji Validitas

No Item	Item Total	Keterangan
T 1	0.5833333	VALID
T 2	0.5833333	VALID
T 3	0.9	VALID
T 4	0.8916667	VALID
T 5	0.825	VALID
RL 1	0.75	VALID
RL 2	0.8583333	VALID
RL 3	0.6666667	VALID
RL 4	0.6166667	VALID
RL 5	0.7	VALID
RL 6	0.6333333	VALID
RS 1	0.825	VALID
RS 2	0.5416667	VALID
RS 3	0.6416667	VALID
RS 4	0.5583333	VALID
RS 5	0.625	VALID

Table 5 Hasil Uji Validitas (lanjutan)

No Item	Item Total	Keterangan
---------	------------	------------

AS 1	0.675	VALID
AS 2	0.48333333	VALID
AS 3	0.45	VALID
AS 4	0.69166667	VALID
AS 5	0.75	VALID
AS 6	0.69166667	VALID
EM 1	0.65833333	VALID
EM 2	0.74166667	VALID
EM 3	0.58333333	VALID
EM 4	0.65	VALID
EM 5	0.45833333	VALID
EM 6	0.58333333	VALID
KP 1	0.70833333	VALID
KP 2	0.625	VALID
KP 3	0.56666667	VALID
KP 4	0.63333333	VALID
KP 5	0.675	VALID
KP 6	0.70833333	VALID
KP 7	0.675	VALID
KP 8	0.66666667	VALID

Dari Tabel 7 hasil validasi dapat diketahui bahwa item pernyataan T3 memiliki nilai validitas tertinggi yaitu 0,9. item pernyataan terkecil adalah item pernyataan EM5 dengan nilai 0,45. Semua item pernyataan yang diujikan dalam item kuesioner memiliki nilai lebih dari 0,361 sehingga dapat dikatakan valid.

4.3.2 Uji Realibilitas

Dalam buku SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis oleh Duwi Priyatno (2014), uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur pada kuesioner. Pada penelitian ini, menggunakan *Cronbach's Alpha*. Data yang dimasukkan kedalam uji reliabilitas hanya data yang valid dari hasil uji validitas. Berikut hasil dari uji reliabilitas :

Table 6 Hasil Uji Realibilitas

Case Processing Summary		
	N	%

Cases	Valid	30	88.2
	Excluded ^a	4	11.8
	Total	34	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.753	36

Dapat dilihat dari Tabel 9 menunjukkan bahwa hasil dari uji reliabilitas sebesar 0,753 adalah dapat diterima.

4.4 Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data yang berasal dari penyebaran kuesioner secara *online*. Kuisisioner disebarakan menggunakan *google form* selama kurang lebih dua minggu pada 25 juni 2018 sampai 8 Juli 2018 kepada 112 responden dengan kriteria pengguna Go-Jek di Kota Malang. Dalam penelitian ini, terdapat beberapa demografi responden yang digunakan. Pengelompokan demografi tersebut antara lain berdasarkan: usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan terakhir dan frekuensi menggunakan jasa Go-Jek.

Table 7. Demografi Responden

Karakteristik		Jumlah	Presentasi (%)
Jenis Kelamin	Laki- Laki	36	32,1%
	Perempuan	76	67,9%
Usia	17-44 Tahun	112	100%
Pekerjaan	Mahasiswa	67	59,8%
	Karyawan	38	33,9%
	Pelajar	2	1,8%
	Lainnya	1	09%
Pendidikan	S1	49	43,8%
	SMA	61	54,5%
	SMP	0	0%
	SD	1	0,9%
	Lainnya	1	0,9%
Frekuensi penggunaan Go-Jek	1 kali – 4 kali	47	42%
	5 kali – 8 kali	18	16,1%
	>8 kali	47	42%

4.5 Screening Data

Proses *screening* data dilakukan untuk memastikan data yang dikumpulkan pada penelitian ini layak dan sesuai dengan metode analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Berikut merupakan analisis dari hasil *screening* data

4.5.1 Uji Missing Data

Penyebaran kuesioner dilakukan sejak tanggal 25 Juni 2018 hingga tanggal 8 Juli 2018 . Pengisian kuesioner dilakukan secara *online* menggunakan aplikasi Google Form. Data kuesioner yang dikumpulkan berjumlah 112 data. Salah satu masalah dalam pengisian *online* adalah pengguna cenderung mengisi secara acak atau tidak serius. Ketidakterseriusan pengguna dalam mengisi kuesioner dapat dilihat dari pola jawaban.

Responden dalam penelitian ini adalah pengguna *jasa Go-Jek* yang berdomisili di Kota Malang. Untuk menilai apakah responden adalah pengguna *jasa Go-Jek* atau tidak maka ditambah 2 (dua) item pertanyaan tantangan. Pertanyaan tersebut mengenai warna icon Go-Ride ketika user menentukan titik penjemputan dan jasa kendaraan apa saja yang dapat digunakan di aplikasi Go-Jek. Jika pengisian data salah maka hasil responden dalam pengisian kuisisioner dinyatakan tidak valid dan tidak dapat diteruskan ke penelitian selanjutnya.

Table 8. Missing data pertanyaan tantangan

	Warna Icon	Jasa
N Valid	102	112
Missing	10	0

Pada table 11 terdapat 2 *variable* yang dijadikan patokan untuk menilai apakah responden tersebut pengguna layanan Go-Jek atau tidak. Pada *Variable* warna icon terdapat 10 missing data dan *variable* tidak terdapat missing data. Dari data tersebut yang berjumlah 112 responden maka, kuisisioner yang dapat dilanjutkan kepenelitian selanjutnya berjumlah 102 data.

4.6 Analisis Statistik Deskriptif *Variable* Penelitian

Pada penelitian ini terdapat 5 variabel laten. Tiap tiap variabel laten terdapat beberapa indikator. Setiap indikator terdiri dari minimal 1 dan maksimal 3 pertanyaan. Pada indikator-indikator kuesioner terdapat alternatif jawaban yang diberikan kepada responden. Pengukuran skala likert dengan keterangan 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (netral), 4(setuju), dan 5(sangat setuju). Data dari responden kemudian dilakukan analisis distribusi jawaban untuk mengetahui frekuensi jawaban dari kuesioner.

4.6.1 Deskripsi *Variable* Kuisisioner

Pada variabel *tangible* terdapat 3 indikator yaitu *Pegawai*, *Perlengkapan dan Peralatan*. Indikator indikator tersebut berisi pernyataan yaitu T1, T2, T2, T3, T4, T5. Hasil distribusi frekuensi *variable tangible* (T) dapat dilihat pada tabel 4.6. *Variable tangible* adalah hal-hal yang dapat dilihat oleh konsumen pada saat pegawai melakukan penanganan kepada konsumen. (Fathoni, 2009.)

Table 9 Deskripsi *variable Tangible (T)*

Jumlah	Alternatif Jawaban										Jawaban
	1		2		3		4		5		
	JML	%	JML	%	JML	%	JML	%	JML	%	
T1	0	0	11	10.8	29	28.4	49	48	13	12,7	102
T2	5	4,9	4	3,9	40	39,2	22	21.5	31	30,4	102
T3	11	10,8	1	0.9	9	8,8	14	13,7	67	65.7	102
T4	1	0,9	2	1,9	7	6,9	25	24,5	67	65,7	102
T5	6	5,9	3	2,9	6	5,9	37	36,2	50	49	102

Pada table 12 deskripsi *variable Tangible (T)* berisi informasi mengenai jawaban dari responden yang diteliti. Pada indicator pegawai item pernyataan T1 yaitu “saya selalu dilayani *Driver* yang berpakaian rapi dan bersepatu” terdapat 11 responden (10,8%) menjawab tidak setuju, 29 responden (28,4%) menjawab netral, 49 responden (48%) menjawab setuju dan 13 responden (12,7%) menjawab sangat setuju. Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa costumer setuju jika dilayani *Driver* Go-Jek dengan berpakaian rapi dan selalu bersepatu.

Masih pada indicator pegawai item pernyataan T2 yaitu “*Driver* Go-Jek selalu menggunakan identitas berupa jaket hijau dan helm hijau. Terdapat 5 responden (4,9%) menjawab tidak membawa atribut, 4 responden (3,9%) menjawab dibawa tapi tidak digunakan, 40 responden (39,2%) menjawab menggunakan salah satu, 22 responden (21,5%) menjawab menggunakan secara lengkap tapi kondisi tidak baik dan 31 responden (30,4) menjawab lengkap digunakan dengan kondisi baik. Pernyataan ini menunjukan bahwa kebanyakan responden memilih *driver* Go-Jek menggunakan salah satu item (helm hijau dan jaket hijau).

Pada indicator perlengkapan item pernyataan T3 yaitu “*Driver* Go-Jek tidak memberikan peralatan perlengkapan keamanan berkendara seperti helm”. Hasilnya adalah 11 responden (10,8%) menjawab sangat setuju, 1 responden (0,9%) menjawab setuju, 9 responden (8,8%) menjawab netral, 14 responden (13,7%) menjawab tidak setuju dan 67 responden (65,7%) menjawab sangat tidak setuju. Jawaban responden diatas menunjukan bahwa konsumen selalu diberikan peralatan keamanan oleh *driver* Go-Jek, terbukti dengan nilai 65,7%.

Pada indicator peralatan item pernyataan T4 yaitu “saya selalu dijemput dan diantar *driver* Go-Jek menggunakan sepeda motor yang layak jalan”. Hasil dari pernyataan diatas adalah 1 responden (0,9%) menjawab sangat tidak setuju, 2 responden 1,9% menjawab tidak setuju, 7 responden (6,9%) menjawab netral, 25 responden (24,5%) menjawab setuju dan 67 responden (65,7%) menjawab sangat setuju. Data tersebut menunjukan bahwa mayoritas responden diantar

dan dijemput *driver* Go-Jek menggunakan motor yang layak jalan dengan angka 65,7%.

Masih dalam indikator peralatan item pernyataan T5 yaitu “saya selalu dijemput dan diantar *driver* Go-Jek menggunakan motor yang tidak dimodifikasi atau standart”. Jawaban responden adalah 6 responden (5,9%) menjawab sangat tidak setuju, 3 responden (2,9%) menjawab tidak setuju, 6 responden (5,9%) menjawab netral, 37 responden (37%) menjawab setuju dan 50 responden (49%) menjawab sangat setuju. Jawaban di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden dilayani *driver* dengan menggunakan motor yang tidak dimodifikasi atau standart.

Table 10 Deskripsi Variable Reliability (RL)

Jumlah	Alternatif Jawaban										Jawa ban
	1		2		3		4		5		
	JML	%	JML	%	JML	%	JML	%	JML	%	
RL1	0	0	6	5,9	16	15,6	35	34,3	45	44,1	102
RL2	1	0.9	5	4,9	11	10,7	27	26,4	58	56,8	102
RL3	0	0	5	4,9	30	29,4	37	36,2	30	29,4	102
RL4	3	2,9	16	15,6	22	21,5	49	48	12	11,7	102
RL5	0	0	3	2,9	21	20,5	53	51,9	25	24,5	102
RL6	4	3,9	3	2,9	35	34,3	45	44,1	15	14,7	102

Pada table 13 Deskripsi *variable reliability* (RL) terdapat informasi mengenai jawaban responden sebagai berikut. Pada indikator konsisten item pernyataan RL1 yaitu “Aplikasi Go-Jek selalu tersedia 24 jam”. Jawaban responden adalah tidak ada responden menjawab tidak pernah, 6 responden 5,9% menjawab jarang, 16 responden (15,6%) menjawab kadang-kadang, 35 responden (34,3%) menjawab sering dan 45 responden (44,1%) menjawab selalu. Hal ini menunjukkan mayoritas responden menjawab aplikasi Go-Jek selalu tersedia selama 24 jam.

Masih dalam indikator konsisten item pernyataan RL2 yaitu “*driver* gohek tidak pernah memberi uang kembalian berapapun nominal kembaliannya”. Hasil dari pernyataan ini adalah 1 responden (0,9%) menjawab tidak pernah, 5 responden (4,9%) menjawab jarang, 11 responden (10,7%) menjawab kadang-kadang, 27 responden (26,4%) menjawab sering dan 58 responden (56,8%) menjawab selalu. Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden selalu dikembalikan uang kembalian oleh *driver* Go-Jek.

Pada indikator akurat item pernyataan RL3 yaitu “*driver* Go-Jek selalu menjemput saya tepat pada titik penjemputan”, terdapat hasilnya sebagai berikut 0 responden menjawab tidak pernah, 5 responden (4,9%) menjawab jarang, 30 responden (29,4%) menjawab kadang-kadang, 37 responden (36,2%) menjawab sering dan 30 responden (29,4%) menjawab selalu. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden yaitu 36,2% responden sering dijemput pas pada titik penjemputan yang ditentukan.

Masih dalam indikator akurat item pernyataan RL4 yaitu “maps/peta pada aplikasi Go-Jek selalu menunjukkan posisi saya secara akurat”. Hasil dari jawaban responden adalah 3 responden (2,9%) menjawab sangat tidak setuju, 16 responden (15,6%) menjawab tidak setuju, 22 responden (21,5%) menjawab netral, 49 responden (48%) menjawab setuju dan 12 responden (11,7%) menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju (48%) mengenai maps/peta pada aplikasi menunjukkan posisi responden secara akurat.

Pada indikator handal item pernyataan RL5 yaitu “Go-Jek selalu memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan, aplikasi tidak lambat, respon *driver* baik.” Jawaban dari responden adalah 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 3 responden (2,9%) menjawab tidak setuju, 21 responden (20,5%) menjawab netral, 53 responden (51,9%) menjawab setuju dan 25 responden (24,5%). Hal ini menunjukkan bahwa responden 51,9% setuju bahwa Go-Jek memberi kemudahan dalam melakukan pemesanan.

Masih dalam indikator handal item pernyataan RL6 yaitu “*driver* Go-Jek siap ketika dibutuhkan”. Jawaban dari responden adalah 4 responden (3,9%) menjawab sangat tidak siap, 3 responden (2,9) menjawab tidak siap, 35 responden (34,3%) menjawab cukup, 45 responden (44,1%) menjawab siap dan 15 responden (14,7%) menjawab sangat siap. Dari pernyataan diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden yaitu 44,1% menjawab *driver* Go-Jek siap ketika dibutuhkan meskipun jam malam.

Table 11. Deskripsi *Variable Responsivennes (RS)*

Jumlah	Alternatif Jawaban										Jawaban
	1		2		3		4		5		
	JML	%	JML	%	JML	%	JML	%	JML	%	
RS1	0	0	11	10,7	27	26,4	20	19,6	44	43,1	102
RS2	0	0	8	7,8	43	42,1	42	41,1	9	8,8	102
RS3	1	0,9	7	6,8	21	20,5	57	55,9	16	15,7	102
RS4	0	0	12	11,7	41	40,1	43	42,1	6	5,8	102
RS5	0	0	6	5,8	30	29,4	43	42,1	23	22,5	102

Pada table 14 Deskripsi *Variable Responsivennes (RS)* terdapat informasi jawaban responden sebagai berikut. Pada indikator kesiapan item pernyataan RS1 yaitu “jika saya memesan goride, *drivers* selalu mengkonfirmasi dengan telp

atau sms/chat untuk memastikan titik penjemputan". Jawaban dari responden adalah 0 menjawab tidak pernah mengkonfirmasi, 11 responden (10,7%) menjawab kadang mengkonfirmasi, 27 responden (26,4%) menjawab sms/chat saja, 20 responden (19,6%) menjawab telepon saja dan 44 responden (43,1%) menjawab selalu mengkonfirmasi dengan telp dan sms/chat. Pernyataan diatas menunjukkan mayoritas responden (43,1%) merasa *driver* Go-Jek selalu mengkonfirmasi dengan sms/chat dan telpon untuk memastikan titik penjemputan.

Masih dalam indicator kesigapan pada item RS2 yaitu "*driver* Go-Jek secara sigap berpindah lokasi ketika pelanggan mengubah titik pertemuan". Jawaban dari responden adalah 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 8 responden (7,8%) menjawab tidak setuju, 43 responden (42,1%) menjawab netral, 42 responden (41,1%) menjawab setuju dan 9 responden (8,8%) menjawab sangat setuju. Dari jawaban responden menunjukkan mayoritas responden (42,1%) menjawab netral bahwa Go-Jek kadang sigap dan kadang tidak sigap jika pelanggan mengubah titik penjemputan.

Pada indicator kecepatan pada item RS3 yaitu "*driver* Go-Jek segera datang setelah ada order dari konsumen". Jawaban dari responden adalah 1 responden (0,9%) menjawab sangat tidak setuju, 7 responden (6,8%) menjawab tidak setuju, 21 responden (20,5%) menjawab netral, 57 responden (55,9%) menjawab setuju dan 16 responden (15,7%) menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan mayoritas responden menjawab setuju (55,9%) *driver* Go-Jek segera datang setelah ada order.

Pada indicator penanganan item RS4 yaitu "*driver* dan staff Go-Jek lambat dalam menanggapi keluhan konsumen". Jawaban dari responden adalah 0 responden menjawab sangat setuju, 12 responden (11,7%) menjawab setuju, 41 responden (40,1%) menjawab netral, 43 responden (42,1%) menjawab tidak setuju dan 6 responden (5,8%) menjawab sangat tidak setuju. Dari mayoritas responden menjawab setuju 42,1% bahwa Go-Jek termasuk cepat dalam menanggapi keluhan konsumen.

Masih dalam indicator penanganan item RS5 yaitu "*driver* Go-Jek mau menunggu ketika pelanggan ingin mampir sebentar". Jawaban dari responden adalah 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 6 responden (5,8%) menjawab tidak setuju, 30 responden (29,4%) menjawab netral, 43 responden (42,1%) menjawab setuju dan 23 responden (22,5%) menjawab sangat setuju. Hasil pernyataan diatas menunjukkan bahwa *driver* Go-Jek mau menunggu ketika konsumen ingin mampir sebentar.

Table 12 Deskripsi Variable Assurance (AS)

Jumlah	Alternatif Jawaban										Jawaban
	1		2		3		4		5		
	JML	%	JML	%	JML	%	JML	%	JML	%	

AS 1	0	0	2	1,9	25	24,5	65	63,7	10	9,8	102
AS 2	5	4,9	19	18,6	39	38,2	31	30,3	8	7,8	102
AS 3	5	4,9	31	30,3	34	33,3	28	27,4	4	3,9	102
AS 4	0	0	7	6,9	25	24,5	50	49	20	19,6	102
AS 5	3	2,9	9	8,8	14	13,7	45	44,1	31	30,3	102
AS 6	2	1,9	8	7,8	29	28,4	42	41,1	21	20,5	102

Pada table 15 deskripsi *variable assurance* (AS) terdapat informasi mengenai jawaban responden. Pada indikator kompetensi item AS1 yaitu “*driver* Go-Jek tidak cekatan dalam mengemudikan motor”. Jawaban dari responden adalah 0 responden menjawab sangat setuju, 2 responden (1,9%) menjawab setuju, 25 responden (24,5%) menjawab netral, 65 responden (63,7%) menjawab tidak setuju dan 10 responden (9,8%) menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden (63,7%) merasa jika *driver* Go-Jek cekatan dalam mengemudikan motor.

Pada indikator kompetensi item AS2 yaitu “saya tidak yakin *driver* Go-Jek memiliki SIM yang aktif”. Jawaban responden adalah 5 responden (4,9%) menjawab sangat yakin, 19 responden (18,6%) menjawab yakin, 39 responden (38,2%) menjawab netral, 31 responden (30,3%) menjawab tidak yakin dan 8 responden (7,8%) menjawab sangat tidak yakin. Dari mayoritas jawaban responden (38,2%) menunjukkan bahwa responden menjawab netral, hal ini menunjukkan bahwa konsumen ragu-ragu apakah *driver* Go-Jek memiliki SIM yang aktif.

Pada indikator Kredibilitas item AS3 yaitu “saya merasa *driver* Go-Jek tidak selalu mengetahui informasi alamat dengan tepat”. Jawaban responden adalah 5 responden (4,9%) menjawab sangat setuju, 31 responden (30,9%) menjawab setuju, 34 responden (33,3%) menjawab netral, 28 responden (27,4%) menjawab tidak setuju dan 4 responden (3,9%) menjawab sangat tidak setuju. Dari jawaban responden menunjukkan bahwa mayoritas responden (33,3%) menjawab netral, hal ini menunjukkan responden merasa kadang *driver* bisa tepat mengetahui informasi alamat dan terkadang kurang mengetahui informasi alamat dengan tepat.

Pada indikator Kredibilitas item AS4 yaitu “jika saya memesan Go-Jek, *driver* selalu mengkonfirmasi untuk letak pelanggan untuk memastikan waktu penjemputan”. Jawaban responden adalah 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 7 responden (6,9%) menjawab tidak setuju, 25 responden (24,5%) menjawab netral, 50 responden (49%) menjawab setuju dan 20 responden (19,6%) menjawab sangat setuju. Dari jawaban responden menunjukkan bahwa responden setuju jika Go-Jek selalu mengkonfirmasi letak untuk memastikan waktu penjemputan.

Pada indikator kredibilitas item AS5 yaitu “menurut saya fitur *chat* dalam aplikasi Go-Jek tidak membantu”. Jawaban dari responden adalah 3 responden (2,9%) menjawab sangat setuju, 9 responden (8,8%) menjawab setuju, 14

responden (13,7%) menjawab netral, 45 responden 44,1% menjawab tidak setuju dan 31 responden (30,3%) menjawab sangat tidak setuju. Jawaban ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa fitur chat bermanfaat untuk pelanggan.

Pada indikator kesopanan item AS6 yaitu “saya selalu merasa tidak aman (kriminalitas/jambret.dll) ketika menggunakan Go-Jek”. Hasil dari responden adalah 2 responden (1,9%) menjawab sangat setuju, 8 responden (7,8%) menjawab setuju, 29 responden (28,4%) menjawab netral, 42 responden (41,1%) menjawab tidak setuju dan 21 responden (20,5%) menjawab sangat tidak setuju. Jawaban mayoritas responden menunjukkan bahwa Go-Jek aman untuk konsumen.

Table 13 Deskripsi *Variable* Empaty (EM)

Jumlah	Alternatif Jawaban										Jawaban
	1		2		3		4		5		
	JML	%	JML	%	JML	%	JML	%	JML	%	
EM 1	0	0	5	4,9	25	24,5	56	54,9	16	15,6	102
EM 2	0	0	2	1,9	19	18,6	64	62,7	17	16,7	102
EM 3	3	2,9	9	8,8	29	28,4	40	39,2	21	20,6	102
EM 4	0	0	10	9,8	31	30,4	51	50	10	9,8	102
EM 5	5	4,9	24	23,5	35	34,3	29	28,4	9	8,8	102
EM 6	2	1,9	19	18,6	40	39,2	32	31,3	9	8,8	102

Pada table 16 terdapat informasi mengenai hasil dari *variable* *Emphaty* (EM). Pada indikator akses item EM1 yaitu “Go-Jek memberikan rasa nyaman kepada konsumen”, hasilnya adalah 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 5 responden (4,9%) menjawab tidak setuju, 25 responden (24,5%) menjawab netral, 56 responden (54,9%) menjawab setuju dan 16 responden (15,6%) menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang menggunakan jasa Go-Jek merasa nyaman saat menggunakan jasa Go-Jek.

Pada indikator komunikasi item EM2 yaitu “pegawai mampu berkomunikasi dengan baik dan santun”. Hasilnya adalah 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 2 responden (1,9%) menjawab tidak setuju, 19 responden (18,6%) menjawab netral, 64 responden (62,7%) menjawab setuju dan 17 responden (16,7%) menjawab sangat setuju. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden (62,7%) setuju jika para *driver* Go-Jek berkomunikasi dengan baik dan santun.

Masih di indikator komunikasi item EM3 yaitu “*driver* membantu mengangkat atau menaikkan barang tanpa diminta”. Hasilnya dari jawaban responden adalah 3 responden (2,9%) menjawab tidak pernah, 9 responden (8,8%) menjawab jarang, 29 responden (28,4%) menjawab kadang-kadang, 40 responden (39,2%) menjawab sering dan 21 responden (20,6%) menjawab selalu. Dari jawaban responden tersebut menunjukkan bahwa *driver* Go-Jek selalu membantu mengangkat atau menaikkan barang pelanggan tanpa diminta.

Pada indikator komunikasi item EM4 yaitu “*driver* selalu mengajak berkomunikasi saat pelanggan diantarkan ke tempat tujuan”. Hasil dari kuisioner adalah 0 responden menjawab sangat tidak setuju, 10 responden (9,8%) menjawab tidak setuju, 31 responden (30,4%) menjawab netral, 51 responden (50%) menjawab setuju dan 10 responden (9,8%) menjawab sangat setuju. Dari hasil responden diatas menunjukan bahwa mayoritas responden (50%) setuju jika *driver* selalu mengajak berkomunikasi.

Pada indikator pemahaman item pernyataan EM5 “*driver* Go-Jek memberitahukan penggunaan helm yang benar”. Hasil kuisioner adalah 5 responden (4,9%) menjawab sangat tidak setuju, 24 responden (23,5%) menjawab tidak setuju, 35 responden (34,5%) menjawab netral, 29 responden (28,4%) menjawab setuju dan 9 responden (8,8%) menjawab sangat setuju. Jawaban diatas menunjukan bahwa mayoritas responden menjawab netral (34,5%), hal ini bisa terjadi lantaran *driver* Go-Jek tidak pernah memberitahukan penggunaan helm yang benar.

Pada indikator pemahaman item EM6 yaitu “*driver* Go-Jek tidak memberitahukan kepada saya untuk mengisi rating *driver*”. Hasilnya adalah 2 responden (1,9%) menjawab sangat setuju, 19 responden (18,6%) menjawab setuju, 40 responden (39,%) menjawab netral, 32 responden (31,3%) menjawab tidak setuju dan 9 responden (8,8%) menjawab sangat tidak setuju. Hasil kuisioner diatas menunjukan bahwa mayoritas responden diberitahu oleh *driver* Go-Jek untuk mengisi rating *driver*.

Table 14. Deskripsi Kepuasan Pelanggan (KP)

Jumlah	Alternatif Jawaban										Jawaban
	1		2		3		4		5		
	JML	%	JML	%	JML	%	JML	%	JML	%	
KP 1	5	4,9	10	9,8	13	12,7	22	21,5	52	50,9	102
KP 2	1	0,9	11	10,8	36	35,2	39	38,2	15	14,7	102
KP 3	6	5,9	19	18,6	39	38,2	28	27,4	10	9,8	102
KP 4	1	0,9	9	8,8	30	29,4	40	39,2	22	21,5	102
KP 5	1	0,9	5	4,9	29	28,4	55	53,9	12	11,7	102
KP 6	1	0,9	1	0,9	28	27,4	48	47	24	23,5	102
KP 7	4	3,9	4	3,9	27	26,4	52	50,9	15	14,7	102
KP 8	2	1,9	5	4,9	20	19,6	52	50,9	23	22,5	102

Pada table *variable dependent* Kepuasan pelanggan (KP) terdapat informasi mengenai hasil kuisioner. Pada item pernyataan KP1 yaitu “saya tidak senang menggunakan jasa Go-Jek”. Hasil dari responden adalah 5 responden

(4,9%) menjawab sangat setuju, 10 responden (12,7%) menjawab netral, 12 responden (14,7%) menjawab tidak setuju, 13 responden (15,9%) menjawab sangat tidak setuju, 52 responden (63,8%) menjawab netral. Hasil di atas menunjukkan mayoritas responden merasa senang menggunakan jasa Go-Jek.

Pada item pernyataan KP2 yaitu "saya selalu memilih Go-Jek dari pada ojek *online* lainnya dari sisi keamanan". Hasilnya adalah 1 responden (0,9%) menjawab sangat tidak setuju, 11 responden (13,6%) menjawab tidak setuju, 36 responden (44,4%) menjawab netral, 39 responden (48,0%) menjawab setuju dan 15 responden (18,7%) menjawab sangat setuju. Jawaban responden di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden setuju jika pelayanan Go-Jek dari sisi keamanan bernilai baik.

Pada item pernyataan KP3 yaitu "saya selalu memilih Go-Jek dari pada ojek *online* lainnya dari segi harga". Hasilnya adalah 6 responden (7,4%) menjawab sangat tidak setuju, 19 responden (23,4%) menjawab tidak setuju, 39 responden (48,0%) menjawab netral, 28 responden (34,6%) menjawab setuju dan 10 responden (12,4%) menjawab sangat setuju.

Pada item pernyataan KP4 yaitu "saya selalu memberi upah/tip tambahan karena pelayanan yang memuaskan". Hasil dari responden adalah 1 responden (1,2%) menjawab sangat tidak setuju, 9 responden (11,0%) menjawab tidak setuju, 30 responden (37,0%) menjawab netral, 40 responden (49,4%) menjawab setuju dan 23 responden (28,5%) menjawab sangat setuju.

Pada item pernyataan KP5 yaitu "saya tidak puas dengan kualitas motor yang digunakan". Hasil dari kuisioner ini adalah 1 responden (1,2%) menjawab sangat setuju, 5 responden (6,2%) menjawab setuju, 29 responden (36,0%) menjawab netral, 55 responden (68,0%) menjawab tidak setuju dan 12 responden (15,0%) menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden puas dengan motor yang digunakan *driver*.

Pada item pernyataan KP6 yaitu "saya senang dengan penampilan *driver* Go-Jek ketika memberikan pelayanan, contoh : rapi, tidak bau". Hasil dari pernyataan ini adalah 1 responden (1,2%) menjawab sangat tidak setuju, 1 responden (1,2%) menjawab tidak setuju, 28 responden (35,0%) menjawab netral, 55 responden (68,0%) menjawab setuju dan 12 responden (15,0%) menjawab sangat setuju.

Pada item pernyataan KP7 yaitu "saya tidak puas dengan perlengkapan berkendara yang disediakan" hasil dari pernyataan ini adalah 4 responden (5,0%) menjawab sangat setuju, 4 responden (5,0%) menjawab setuju, 27 responden (33,8%) menjawab netral, 52 responden (64,5%) menjawab tidak setuju dan 15 responden (18,7%) menjawab sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan KP8 yaitu "saya tidak akan merekomendasikan Go-Jek kepada orang lain". Hasil dari pernyataan di atas adalah 2 responden (2,5%) menjawab sangat setuju, 11 responden (13,6%) menjawab tidak setuju, 36 responden (44,4%) menjawab netral, 39 responden (48,0%) menjawab setuju dan 15 responden (18,7%) menjawab sangat setuju.

menjawab sangat setuju, 5 responden (4,9%) menjawab setuju, 20 responden (19,6%) menjawab netral, 52 responden (50,9%) menjawab tidak setuju dan 23 responden (22,5%) menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden mau merekomendasikan Go-Jek kepada orang lain.

4.7 Pengujian Data Asumsi Klasik

Pada penelitian ini dilakukan pengujian asumsi klasik antara lain: uji *normalitas*, uji *multikolinearitas*, uji *autokorelasi* dan uji *heteroskedastisitas*. Jika data sudah terbebas dari asumsi klasik, maka akan dilanjutkan pengujian *regresi linier* berganda.

4.7.1 Uji Normalitas

Uji *normalitas* digunakan untuk mengetahui normal atau tidaknya sekumpulan data yang digunakan. Dalam regresi linier berganda, syarat data harus normal. Uji normalitas yang digunakan pada penelitian ini adalah *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Tabel 4.9 merupakan hasil uji *Kolmogorov-Smirnov*

Table 15 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		102
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.62300073
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.055
	Negative	-.074
Test Statistic		.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.197 ^c

a. Test distribution is Normal.

Dari Tabel 18 dapat diketahui bahwa H_0 pada uji normalitas dinyatakan diterima sehingga proses analisis dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya karena nilai signifikansi dengan jumlah responden sebanyak 102 data berada diatas 0,05 yaitu 0.197

4.7.2 Uji Multikolinearitas

Uji *multikolinieritas* berfungsi untuk meninjau apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel *independent*. Pada penelitian ini digunakan metode VIF (*tolerance and variante inflation factor*) untuk mengetahui apakah terjadi multikolonieritas atau tidak. Jika $VIF > 10$ dan $Tolerance < 0,5$ maka pada variabel *independent* terdapat masalah multikolinieritas dengan variabel *independent* lainnya. Sedangkan jika $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,5$ maka tidak terjadi multikolinieritas (Ghozali, 2011).

Table 16 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	16.361	3.982		4.109	.000		
Tangible	.162	.121	.129	1.336	.185	.921	1.086
Reliability	.154	.098	.152	1.570	.120	.912	1.096
Responsiveness	.229	.137	.175	1.676	.097	.784	1.275
Assurance	.365	.112	.313	3.251	.002	.917	1.091
Emphaty	-.264	.111	-.249	-2.385	.019	.782	1.278

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Dari table 19 dapat disimpulkan bahwa semua *variable* tidak mengalami korelasi sehingga dapat dilanjutkan pada pengujian berikutnya.

4.7.3 Uji Autokorelasi

Model regresi yang baik haruslah terbebas dari autokorelasi (Priyatno, 2012). Uji autokorelasi bertujuan untuk mengidentifikasi metode regresi linier terdapat korelasi atau tidak antara kesalahan pengganggu saat ini dan sebelumnya (Ghozali, 2011). Uji autokorelasi yang dianalisis yaitu dengan perbandingan nilai Durbin Watson (DL dan DU). Berikut adalah pengambilan keputusan uji durbin watson:

1. Apabila $DL < DW < DU$ atau $4-DU < DW < 4-DL$, berarti tidak ada kesimpulan atau kepastian yang pasti.
2. Apabila $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$, yang berarti terjadi autokorelasi
3. Apabila $DU < DW < 4-DU$, yang berarti tidak terjadi korelasi.

Pada lampiran dapat dilihat selengkapnya nilai DU pada tabel Durbin Watson

Table 17 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^{c,d}					
Model	R	R Square ^b	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson

1	.991 ^a	.982	.982	4.023	2.163
---	-------------------	------	------	-------	-------

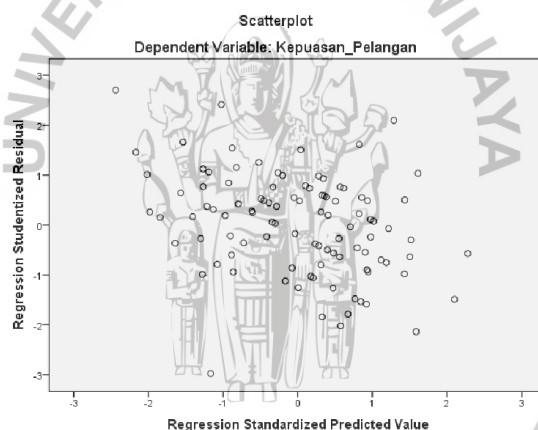
a. Predictors: *Tangible, Reliability, Emphaty, Assurance, Responsivennes*

b. Dependett Variable: Kepuasan_Pelangan

Pada tabel 5.3 dapat diketahui nilai d hitung yaitu 2,163. Tidak terjadi autokorelasi pada data apabila nilai $DU < d \text{ hitung} < 4-DU$. Pengujian nilai pada tabel dapat digunakan acuan (k, n), dimana nilai k adalah jumlah variabel *independent* yang diuji. Sehingga nilai $k = 5$, dan $n = 102$. Diketahui bahwa nilai $DU = 1,7813$ dan $DL = 1,5762$. Sedangkan nilai $4 - DU = 2,2187$ dan $4 - DL = 2,4238$. Hasilnya yaitu nilai autokorelasi diantara $1,7813 < 2,163 < 2,2187$ dapat ditarik kesimpulan bahwa data bebas dari autokorelasi.

4.7.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji *heteroskedastisitas* bertujuan untuk melihat perbedaan residual satu peninjauan terhadap peninjauan lainnya. Model regresi dikatakan baik apabila residual varian tetap atau disebut dengan homokedastisitas, dengan kata lain harus terbebas dari heteroskedastisitas. Untuk menguji apakah model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan grafik *scatterplot*.



Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pada gambar 6 grafik *scatterplot* dapat diindikasikan terjadi pola tertentu atau tidak. Jika *pada scatterplot* tidak terdapat pola tertentu dan titik-titik tersebar secara acak di atas maupun bawah angka 0 sumbu Y, dapat ditarik kesimpulan bahwa data tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada gambar 6 dapat dilihat bahwa tidak terjadi pola tertentu dan titik-titik sebesar secara acak di atas dan dibawah angka 0 sumbu Y, dapat ditarik kesimpulan bahwa data penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.8 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel *independent* (*Tangible*(T),

Reliabilit(RL), Responsivennes (RS), Assurance (AS), Emphaty (EM)) terhadap variabel *dependent* (Kepuasan Pelanggan (KP)).

Rumus 4.1 Persamaan Regresi

Rumus persamaan regresi linier berganda
 $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

a = konstanta dari persamaan regresi

b = koefisien regresi

X = variable *independent*

Table 18 Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	16.361	3.982	
Tangible	.162	.121	.129
Reliability	.154	.098	.152
Responsivennes	.229	.137	.175
Assurance	.365	.112	.313
Emphaty	-.264	.111	-.249

Dari table 21 diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 16,361 + 0,162T + 0,154RL + 0,229RS + 0,365AS - 0,264EM$$

Dari persamaan diatas dapat diketahui sebagai berikut :

- Nilai konstanta diatas adalah sebesar 16,361 yang berarti jika *variable tangible*, *Reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* tidak berubah, maka kepuasan pelanggan nilainya positif yaitu sebesar 16,361.
- Nilai koefisien *variable assurance* bernilai positif yaitu 3,251 yang menandakan bahwa *variable assurance* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Variable tangible, *reliability*, *responsiveness* dan *variable emphaty* tidak berpengaruh secara partial maupun signifikan terhadap *variable dependent* kepuasan pelanggan, hal ini dikarenakan nilai sig dengan nilai persamaan masing-masing *tangible* 1,336 dan 0,185, *reliability* 1,570 dan 0,120, *responsiveness*

1,676 dan 0,97 serta *emphaty* -2.385 dan 0.019. Sedangkan *variable assurance* memiliki pengaruh secara partial maupun signifikan dengan nilai 3,251 dan sig 0,002. Hal tersebut dapat diasumsikan jika *variable assurance* meningkat nilainya 1 satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Diketahui nilai *Ajusted R Square* pada table 22 adalah 0,139 dapat disimpulkan bahwa 5 *variable independent* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 13,9% dan sisanya dipengaruhi *variable* lain yang tidak diteliti.

4.8.1 Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali (2011) koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel *independent* T,RL,RS,AS dan EM secara simultan terhadap variabel *dependent* KP. Setelah dilakukan pengujian dengan aplikasi pengolahan data, hasil koefisien determinansi dapat dilihat pada table 5.7

Table 19 Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.426 ^a	.182	.139	2.690

a. Predictors: (Constant), *Emphaty*, *Reliability*, *Tangible*, *Assurance*, *Responsiveness*

Tabel 22 dapat diketahui nilai dari korelasi berganda, *R Square* dan *Adj. R Square* dan *std error*. *Adjusted R Square* merupakan nilai *R square* yang disesuaikan untuk menunjukkan besaran pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* (Priyatno, 2012). Nilai dari *Adjusted R Square* yaitu 0,139 atau 13,9% yang berarti pengaruh variabel *independent* yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan sebesar 13,9% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diukur dalam penelitian ini. Hasil *std. error of the estimate* atau kesalahan prediksi adalah 2,690.

4.8.2 Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu *variable independent* terhadap *variable dependent* (Ghazali, 2009).

Table 20 Uji T (Patial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.361	3.982		4.109	.000

<i>Tangible</i>	.162	.121	.129	1.336	.185
<i>Reliability</i>	.154	.098	.152	1.570	.120
<i>Responsiveness</i>	.229	.137	.175	1.676	.097
<i>Assurance</i>	.365	.112	.313	3.251	.002
<i>Emphaty</i>	-.264	.111	-.249	-2.385	.019

a. *Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan*

Dalam penelitian ini, uji t bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh parsial (sendiri) antara:

- Variabel *independent* T terhadap variabel *dependent* KP
- Variabel *independent* RL terhadap variabel *dependent* KP.
- Variabel *independent* RS terhadap variabel *dependent* KP
- Variabel *independent* AS terhadap variabel *dependent* KP.
- Variabel *independent* EM terhadap variabel *dependent* KP

H0 dinyatakan ditolak dan H1 dinyatakan diterima apabila hasilnya signifikan, begitu pula sebaliknya. Dari hal tersebut, juga dapat diputuskan seperti berikut:

- Jika nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ dan $sig < 0,05$ maka terdapat pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Hal ini dapat dikatakan bahwa H0 ditolak.
- Jika nilai $T_{hitung} \leq T_{tabel}$ dan $sig > 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Hal ini dapat dikatakan bahwa H0 diterima

Menurut Sujarweni dan Endrayanto (2012) untuk mencari t_{tabel} , maka digunakan rumus sebagai berikut :

Rumus 4.2 T_{tabel}

$$t_{tabel} = t (\alpha/2; n-1) = t (0,05/2; 102-1) = t (0,025; 101) = 1,983$$

Dimana α : taraf signifikansi sebesar 5 % atau 0,05

n : jumlah sampel

Setelah dilakukan pengujian data, dapat diketahui hasilnya sebagai berikut :

Table 21. Hasil Uji t

<i>Variable</i>	Thitung	Sign	Keterangan	Keputusan
T → KP	1,336	0,185	Tidak Signifikan	H0 diterima

RL → KP	1,570	0,120	Tidak Signifikan	H0 diterima
RS → KP	1,676	0,097	Tidak Signifikan	H0 diterima
AS → KP	3,251	0,002	Signifikan	H0 ditolak
EM → KP	-2,386	0,019	Tidak Signifikan	H0 diterima

Dari Tabel 24 dapat disimpulkan adalah sebagai berikut :

1. *Variable Tangible* memiliki nilai sig 0,185 > 0,05 atau nilai Thitung 1,336 < Ttabel 1,983 maka disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan (nyata) antara *variable tangible* terhadap *variable* kepuasan pelanggan, maka h0 diterima
2. *Variable Reliability* memiliki nilai sig 0,120 > 0,05 atau nilai Thiung 1,570 < Ttabel 1,983 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan (nyata) antara *variable Reliability* dengan *variable dependent* kepuasan pelanggan, maka h0 diterima
3. *Variable responsiveness* memiliki nilai sig 0,097 > 0,05 atau nilai Thitung 1,676 < 1,983 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan (nyata) antara *variable responsiveness* terhadap *variable dependent* kepuasan pelanggan.
4. *Variable assurance* memiliki nilai sig 0,002 < 0,05 atau Thitung 3,251 > Ttabel 1,983 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan (nyata) antara *variable assurance* terhadap *variable dependent* kepuasan pelanggan.
5. *Variable empathy* memiliki nilai sig 0,019 > 0,05 atau Thitung -2,386 < Ttabel 1,983 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan (nyata) antara *variable empathy* terhadap *variable dependent* kepuasan pelanggan.

4.8.3 Uji F (Simultan)

Dalam penelitian ini, uji F bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh simultan (bersama-sama) oleh variabel *independent* (T, RL, RS, AS, EM) terhadap variabel *dependent* (KP).

H0 dinyatakan ditolak dan H1 dinyatakan diterima apabila hasilnya signifikan, begitu pula sebaliknya. Dari hal tersebut, juga dapat diputuskan seperti berikut:

- Jika nilai sig < 0,05 atau Fhitung > Ftabel maka terdapat pengaruh signifikan dari variabel-variabel *independent* secara simultan terhadap *variable dependent*. Sehingga H0 ditolak.
- Jika nilai sig > 0,05 atau Fhitung ≤ Ftabel maka tidak terdapat pengaruh signifikan dari variabel-variabel *independent* secara simultan terhadap variabel *dependent*. Sehingga H0 diterima.

Sedangkan menurut Sujarweni dan Endrayanto (2012) rumus mencari Ftabel adalah:

Rumus 4.3

$$V1 = k = 5$$

$$V2 = n - k - 1 = 102 - 5 - 1 = 96$$

Dimana k : jumlah variabel *independent*

n : jumlah sampel; $\alpha = 0,05$

Berdasarkan rumus tersebut, hasil nilai Ftabel sebesar 2,31. Setelah dilakukan pengujian dengan aplikasi pengolah data, hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 25.

Table 22 Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	154.401	5	30.880	4.266	.002 ^b
	Residual	694.893	96	7.238		
	Total	849.294	101			

a. Dependent Variable: KP

b. Predictors: (Constant), EM, RL, T, AS, RS

Berdasarkan hasil output uji F pada Tabel 5.10 , dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel T, RL, RS, AS, EM secara simultan terhadap KP adalah sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai Fhitung $4,266 > Ftabel 2,310$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh secara signifikan (nyata) dari *variable Tangible* (T), *Reliability* (RL), *Responsiveness* (RS), *Assurance* (AS) dan *Emphaty* (EM) secara simultan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (KP).

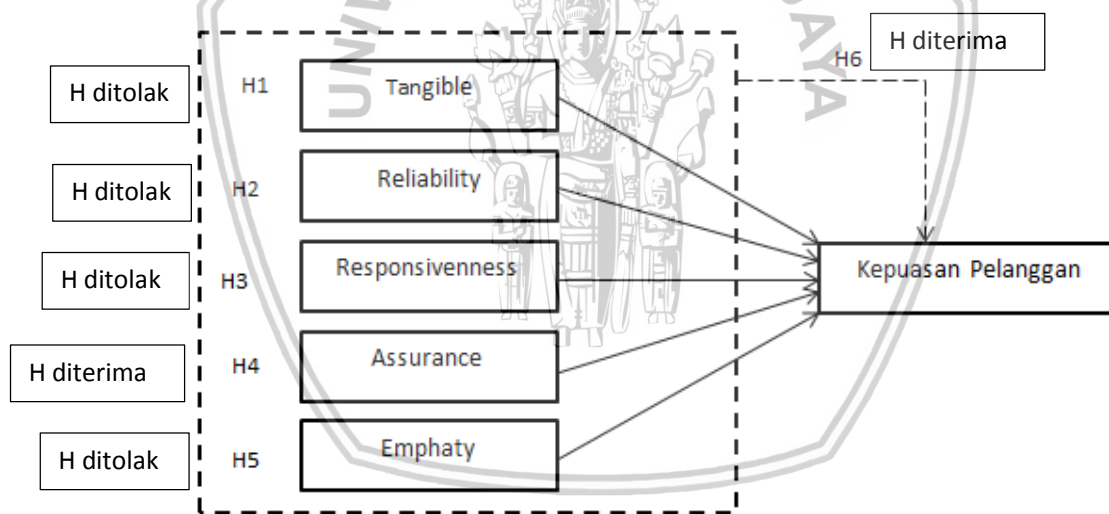
BAB 5 PEMBAHASAN

5.1 Tingkat Respon (Respons Rate)

Pada penelitian ini, pengumpulan data diperoleh dari penyebaran kuesioner secara *online* kepada 112 responden pengguna jasa Go-Jek di kota Malang dengan rentang usia 17-44 tahun. Dengan penyebaran kuesioner secara *online* tersebut maka dapat disimpulkan bahwa tingkat respon kuesioner pada penelitian ini adalah 100% karena sudah diatur dalam *google form* bahwa semua pernyataan dalam kuesioner wajib diisi oleh responden. Jika responden tidak mengisi salah satu pernyataan, maka akan muncul pemberitahuan bahwa terdapat pernyataan yang belum diisi. Sehingga responden harus menjawab semua pertanyaan agar respon dapat dikirim. Hal tersebut dapat mengurangi penyimpangan data akibat kuesioner yang tidak sepenuhnya terisi.

5.2 Hasil Penelitian

Hasil penelitian berdasarkan 6 hipotesis yang telah disusun dapat dilihat pada gambar 7 berikut :



Gambar 1 Hasil Hipotesis Penelitian

Berdasarkan analisis regresi linier yang dilakukan pada bab sebelumnya, hasil nilai signifikansi dan nilai t_{hitung} dapat dilihat pada Gambar 5.1. Rincian hubungan antar variabel dan pengambilan keputusan diterima atau ditolaknya hipotesis nol atau H_0 dapat dilihat pada Tabel 26

Table 1 Hasil Hipotesis Penelitian

Hipotesis		Hasil
H1	Ada pengaruh positif <i>variable tangible</i> (T) terhadap <i>variable</i> kepuasan pelanggan (KP)	H0 diterima
H2	Ada pengaruh positif <i>variable Reliability</i> (RL) terhadap <i>variable</i> kepuasan pelanggan (KP)	H0 diterima
H3	Ada pengaruh positif <i>variable Responsiveness</i> (RS) terhadap <i>variable</i> kepuasan pelanggan (KP)	H0 diterima
H4	Ada pengaruh positif <i>variable Assurance</i> (AS) terhadap <i>variable</i> kepuasan pelanggan (KP)	H0 ditolak
H5	Ada pengaruh positif <i>variable Emphaty</i> (EM) terhadap <i>variable</i> kepuasan pelanggan (KP)	H0 diterima
H6	Ada pengaruh simultan antara <i>variable independent</i> terhadap <i>variable dependent</i>	H0 ditolak

Berdasarkan penelitian diketahui bahwa 6 hipotesis yang dipakai dalam penelitian, terdapat 4 hipotesis H0 yang diterima dan 2 hipotesis H0 yang ditolak. Dari hasil tersebut dapat diketahui 4 *variable* dalam model *Servqual* yaitu *variable Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Emphaty* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan *variable* yang berpengaruh signifikan dalam metode *Servqual* adalah *variable Assurance* terbukti dengan hipotesis H0 ditolak.

5.3 Pembahasan Hipotesis

5.3.1 Pembahasan Hipotesis H1

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, hipotesis h1 yaitu *variable tangible* berpengaruh positif terhadap *variable* kepuasan pelanggan dinyatakan ditolak, hal ini terbukti dengan sejumlah pengujian yang telah dilakukan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Setyaningrum dan Hidayat (2016) yang menyatakan bahwa *variable tangible* tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan toko *online*. Namun penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Kandasami (2011) yang menyatakan bahwa *variable tangible* merupakan *variable* yang memiliki pengaruh paling kuat diantara *variable* lainnya.

Dari temuan persepsi responden dalam penelitian ini, pelayanan dalam *variable tangible* dinilai tidak baik. Hal ini didasarkan pada beberapa indikator yang memiliki nilai yang kurang. *Variable tangible* dapat berupa kondisi fasilitas, perlengkapan, peralatan dan penampilan pegawai. Banyak keluhan diantara responden mengenai penampilan pegawai Go-Jek yang sering tidak memakai seragam dengan baik dan lengkap, hal yang menjadikan konsumen merasa sulit menemukan *driver* yang menjemput pelanggan. Ketika *driver* tidak memakai atribut, pelanggan akan merasa bahwa *driver* yang menjemput adalah bukan

pegawai Go-Jek. Penampilan pegawai yang terkesan kurang rapi membuat pelanggan juga tidak senang jika menggunakan jasa Go-Jek, banyak driver Go-Jek tidak memperdulikan penampilannya dan malah terkesan berantakan, hal inilah yang seharusnya di evaluasi oleh Go-Jek agar para driver memperhatikan penampilannya guna meningkatkan kenyamanan pelanggan saat dibonceng ketempat tujuan. Selain dari segi pegawai, hal yang perlu diperhatikan oleh Go-Jek adalah peralatan berkendara harus berkondisi baik dan layak jalan. Ketika pelanggan mengetahui Hal ini perlu adanya evaluasi khusus dari pihak Go-Jek agar meningkatkan pelayanan dalam hal penampilan,perlengkapan dan peralatan yang digunakan.

5.3.2 Pembahasan Hipotesis H2

Pada Hipotesis H2 yaitu terdapat pengaruh signifikan antara *variable Reliability* terhadap *variable dependent* kepuasan pelanggan dinyatakan H2 di tolak atau H0 diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Setyaningrum dan Hidayat (2016) mengenai “Service Quality dan Kepuasan Konsumen : Studi Empiris dan Implikasinya terhadap Toko online”, menemukan bahwa *variable reliability* tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan toko online. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Zhu et al. (2002) yang menemukan bahwa *variable reliability* berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan dalam konteks jasa perbankan elektronik.

Dari temuan persepsi indkes responden dapat diketahui bahwa beberapa factor yang harus dipebaiki oleh Go-Jek yang menyebabkan ketidakpuasan terhadap kualitas pelayanan berdasarkan *variable reliability*. *Variable reliability* (keandalan) meliputi konsistensi sebuah pelayanan terhadap konsumen, akurasi yang baik antara aplikasi dan driver Go-Jek dalam penjemputan konsumen, serta kehandalan aplikasi dan driver Go-Jek dalam memberikan kemudahan saat dibutuhkan oleh konsumen. Hal yang sering dikeluhkan oleh pelanggan adalah ketidak konsistenan driver dalam melayani pelanggan, sebagai contoh ketika sudah larut malam banyak driver yang tidak dapat memberikan pelayanan meskipun driver ada namun sering menolak pelanggan, hal ini yang menjadikan pelanggan tidak puas dengan kekonsistenan driver Go-Jek. Selain itu ada beberapa driver Go-Jek yang tidak mengembalikan kembalian dengan alasan tidak ada uang kecil. Meskipun nominalnya kecil, namun hal itu menunjukkan bahwa driver tidak konsisten dalam menanggapi pengembalian yang seharusnya dikembalikan ke pelanggan. Pada indicator akurat, titik penjemputan pada aplikasi tidak tepat dan juga penjemputkan oleh driver tidak tepat , hal ini membuat pelanggan harus berjalan terlebih dahulu untuk menemukan driver yang ingin menjemput kita. Dalam indicator kehandalan, Go-Jek memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan oleh pelanggan.

5.3.3 Pembahasan Hipotesis H3

Pada Hipotesis H3 yaitu terdapat pengaruh positif antara *variable responsiveness* terhadap *variable* kepuasan pelangganya dinyatakan H3 ditolak atau H0 diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Setyaningrum dan Hidayat (2016) mengenai “*Service Quality* dan Kepuasan Konsumen : Studi Empiris dan Implikasinya terhadap Toko *online*”, menemukan bahwa *variable responsiveness* tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan toko online.

Dari temuan persepsi responden dalam pengisian kuisioner merasa belum puas terhadap pelayanan yang dilakukan oleh *driver* Go-Jek menyangkut *variable responsiveness*. Adapun indikator dari *variable responsiveness* adalah Kesigapan, Kecepatan dan Penganganan (Maarti Khoirul, 2015). Dalam hal kesigapan, menurut persepsi responden *driver* Go-Jek sudah cukup baik, hal ini terbukti ketika konsumen melakukan order, *driver* Go-Jek segera mengkonfirmasi melalui telepon/chat/sms guna memastikan letak penjemputan. Dalam indikator penanganan oleh Go-Jek, indeks persepsi yang dirasakan oleh responden masih dirasa kurang. Indikator penanganan meliputi kecepatan dalam menangani keluhan, sering pelanggan mengeluh ke Go-Jek tentang aplikasi yang dirasakan berat, lemot dan terkadang keluar sendiri, namun belum ada penanganan yang maksimal oleh pihak Go-Jek, hal inilah yang membuat pelanggan merasa tidak puas karena penanganan masalah dirasa lambat. Selain dari segi masalah aplikasi, penanganan keluhan dari sisi pelayanan *driver* Go-Jek juga masih kurang, terbukti dengan seringnya titik penjemputan yang dikeluhkan pelanggan tidak juga ditanggapi dengan baik oleh Go-Jek. Dari indikator kecepatan juga dirasa kurang oleh responden, beberapa responden mengeluhkan bahwa lambatnya pencarian *driver* yang terkadang harus menunggu paling lama 30 menit. Hal ini harus segera ditangani oleh Go-Jek untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam hal *variable responsiveness* agar pelanggan lebih merasa puas menggunakan jasa Go-Jek.

5.3.4 Pembahasan Hipotesis H4

Pada Hipotesis H4 yaitu terdapat pengaruh positif antara *variable assurance* terhadap *variable* kepuasan pelanggan. Hipotesis H4 dalam penelitian ini dinyatakan diterima atau H0 ditolak. Hal ini dikarenakan Go-Jek telah membuktikan bahwa kualitas layanan dari *variable assurance* yang memuat kompetensi, kredibilitas dan kesopanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nafisa (2016) tentang “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek *Online* Di Surabaya”. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa *variable assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari temuan persepsi responden dalam penelitian ini kualitas pelayanan yang dilakukan oleh *driver* Go-Jek dinilai baik. Dalam segi kompetensi *driver* Go-

Jek dapat mengemudikan motor dengan cekatan dan juga *driver* Go-Jek wajib memiliki SIM. Dari segi kredibilitas, banyak driver juga melakukan konfirmasi melalui telepon, sms dan chat untuk menjamin letak dan ketepatan waktu penjemputan sehingga responden memiliki nilai indeks persepsi yang baik. Dari segi kesopanan, *driver* Go-Jek dinilai telah memiliki cukup sopan santun dalam melayani konsumen. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, Go-Jek juga harus mampu memberikan jaminan keamanan terhadap pelanggan. Jaminan keamanan ini merupakan faktor yang sangat penting bagi pelanggan karena menyangkut keselamatan pelanggan.

5.3.5 Pembahasan Hipotesis H5

Pada hipotesis H5 yaitu terdapat pengaruh positif *variable empathy* terhadap *variable* kepuasan pelanggan. Hipotesis H5 dalam penelitian ini di tolak atau H0 diterima. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan yang dilakukan oleh Setyaningrum dan Hidayat (2016) tentang “*Service Quality* Dan Kepuasan Konsumen: Studi Empiris Dan Implikasinya Pada Toko *Online*”. Penelitian tersebut menemukan bahwa *variable empathy* menjadi *variable* dengan tingkat signifikansi tertinggi.

Dari indeks persepsi responden dapat diketahui kenapa nilai sangat rendah. Hal ini terjadi lantaran indeks persepsi konsumen terhadap pelayanan Go-Jek dari *variable empathy* yang memuat akses, komunikasi dan pemahaman mendapat nilai yang kecil. Dari indikator komunikasi *variable empathy*, ditemukan bahwa nilai dari pernyataan driver membantu mengangkat dan menaikkan barang tanpa diminta, sangat rendah, hal ini menjadi bukti bahwa tidak adanya rasa bertanggung jawab terhadap barang bawaan pelanggan. Selain itu, ada beberapa responden yang merasa dicuekin oleh driver Go-Jek saat diantar ketempat tujuan, dicuekin disini dalam bentuk komunikasi antara driver dan pelanggan yang belum terjalin dengan baik. Dari indikator pemahaman, driver Go-Jek dinilai tidak pernah memberitahukan pelanggan mengenai penggunaan helm yang baik dan benar. Hal ini sangat krusial lantaran helm merupakan peralatan berkendara yang sangat penting untuk keamanan pelanggan.

5.3.6 Pembahasan Hipotesis H6

Berdasarkan hasil output uji F pada Tabel 25 , dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel T, RL, RS, AS, EM secara simultan terhadap KP adalah sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 4,266 > F_{tabel} 2,310$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan hipotesis H6 diterima yang berarti terdapat pengaruh dari *variable Tangible* (T), *Reliability* (RL), *Responsiveness* (RS), *Assurance* (AS) dan *Empathy* (EM) secara simultan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (KP).

Dari lima *variable* bebas yang diteliti, hanya ada 1 *variable* yang diterima, namun *variable* tersebut memiliki nilai signifikansi yang tinggi sehingga dapat mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap *variable* lain. Peningkatan kualitas

pelayanan harus terus dilakukan oleh gojek sehingga pelanggan betah menggunakan jasa gojek. Variable assurance memiliki nilai t 3,251 membuktikan bahwa variable assurance sangat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variable assurance memiliki indikator kompetensi, kredibilitas dan kesopanan. Jika perusahaan gojek mampu meningkatkan kompetensi, kredibilitas dan kesopanan yang terdapat pada variable assurance hal ini akan berdampak baik bagi perusahaan, karena pelanggan akan lebih merasa puas dan pada tingkat lanjut menjadi sebuah loyalitas pelanggan.



BAB 6 PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan regresi linier berganda, berikut adalah penarikan kesimpulan dari hasil penelitian ini:

1. Hubungan dan keterkaitan antar variabel pada penelitian analisis pengaruh *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan pada Go-Jek di kota Malang akan dijelaskan sebagai berikut:
 - a) Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel *independent* yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* terhadap variabel *dependent* yaitu kepuasan konsumen pada Go-Jek.
 - b) *Tangible* dalam kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek di kota Malang.
 - c) *Reliability* dalam kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek di kota Malang.
 - d) *Responsiveness* dalam kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek di kota Malang.
 - e) *Assurance* dalam kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek di kota Malang.
 - f) *Emphaty* dalam kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Go-Jek di kota Malang.
2. Berdasarkan hasil persamaan regresi linier berganda dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *assurance* dengan nilai uji t sebesar 3,251 paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal itu karena *driver* Go-Jek memiliki kompetensi dalam berkendara serta memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi dalam hal pengetahuan alamat dengan tepat, memiliki SIM, pengalaman berkendara yang baik dan fitur chat yang disediakan oleh Go-Jek sangat membantu pelanggan.

6.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah dipaparkan diatas, direkomendasikan saran-saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan Go-Jek, penelitian selanjutnya, maupun masyarakat umum. Saran yang diberikan antara lain:

1. Sampel yang digunakan dalam penelitian selanjutnya diharapkan tidak sebatas di kota Malang saja, namun bisa mencakup seluruh Indonesia.
2. Skala yang digunakan selanjutnya diharapkan menggunakan skala 4 dikarenakan penelitian ini menggunakan skala 5 sehingga banyak responden mengisi nilai indeks netral atau 3.

3. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan model lain agar lebih banyak mengungkap variabel yang memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen serta memiliki pengaruh lebih besar setidaknya melebihi 13,9%.
4. Perusahaan Go-Jek diharapkan meningkatkan kualitas pelayanan khususnya yang terdapat dalam *variable assurance* yang memiliki tingkat signifikasi yang tinggi sehingga *variable* ini berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.



DAFTAR PUSTAKA

- Kamaluddin, R., 2003. *Ekonomi Transportasi (Karakteristik, Teori, Dan Kebijakan)*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Yang, Z. Fang, X., 2004. "Online Service Quality Dimensions And Their Relationship With Satisfaction: A Content Analysis Of Customer Review Of Securities Brokerage Service". *International Journal Industry Management*.
- Sudarwanto Tri., 2016. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Go-Jek Di Surabaya)". Prodi Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri, Surabaya,.
- Laurent Felicia, 2016. "Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan". Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Setiyaningrum Dan Hidayat., 2016. "Service Quality Dan Kepuasan Konsumen : Studi Empiris Dan Implikasinya Pada Toko Online". Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Hamidin D, 2008., "Model Customer Relationship Management (Crm)". Di Intitusi Pendidikan, Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi , 1907 – 5022.
- Yahya, Yohannes. 2009. *Customer Relationship Management*. Bandung : Indonesia Publishing House.
- Siahaan, 2008. "Customer Relationship Management (Crm)". *Journal Studi Perpustakaan Dan Informasi*. Vol.4, No. 2.
- Tunggal, 2005. "Model Customer Relationship Management (Crm)". Seminar Nasional Crm Jakarta.
- Freeman, Phillip And Seddon, Peter B., "Benefits From Crm Based Work Systems" (2005). *Ecis 2005 Proceedings*. 14.
- Jennifer Rowley, (2006) " An Analysis Of The E-Service Literature: Toward A Research Agenda". *Internet Research*, Vol 16 Issue: 3, Pp339-359.
- Salim, Peter Dan Yenny Salim (2002), *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*. Semarang: Modern English Press.
- Kotler, Philip Dan Lane Kotler. 2008 "Manajemen Pemasaran" Terjemahan Oleh Benyamin Molan. Edisi Keduabelas Jilid 1. Jakarta: Indeks.

- Kotler Dan Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Kedua Belas. Diterjemahkan Oleh Benyamin Molan. Jilid 1. Jakarta. Indeks.
- Yamit. Zulian. 2004. Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa. Yogyakarta: Ekonesia.
- Griffin, Jill. 2008. *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta : Erlangga
- Trisno, Musanto. 2004. Faktor-Faktor Kepuasan Dan Loyalitas :Studi Kasus Pada Cv Sarana Media Advertising Surabaya. Jurnal Manajemen & Kewirausahaan.Vol.6, No. 2. Universitas Kristen Petra
- Bitner, M. J. Dan Zeithaml, V. A., 2003, *Service Marketing (3rd Ed.)*, Tata Mc Graw Hill, New Delhi
- Tjiptono, Fandy, 2008, Strategi Pemasaran, Edisi 3. Andi: Yogyakarta.
- Zeithaml, V. A., A. Parasuraman, Dan Leonard L. Berry, 1990, *Delivering Quality Services*, Free Press, New York
- Zeithaml, A., A. Parasuraman, Dan Leonard L. Berry, 1988, *Servqual : A Multiple-Item Scale For Measuring Customer Perceptions Of Service Quality, Journal Of Retailing*, 64, Pp. 12-23.
- Lewis, R.C. & Booms, B.H. (1983), "The Marketing Aspects Of Service Quality" In Berry, L., Shostack, G. And Upah, G. (Eds.), *Emerging Perspectives On Services Marketing*, American Marketing Association Chicago, Pp. 99-104.
- Syofian, Siregar, 2014. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Kencana.
- Uma Sekaran, 2006, *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, Edisi 4, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.
- Akdon Dan Ridwan, 2005. Rumus Dan Data Dalam Aplikasi Statistik , Bandung: Alfabeta.
- Danim, Sudarwan. 2004. Motivasi Kepemimpinan & Efektivitas Kelompok. Jakarta: Pt Rineka Cipta
- Ghozali, Imam, 2011. Aplikasi *Analisis Multivariate* Dengan Program IBM SPSS 20. Semarang. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Levin, Richar I. Dan David S. Rubin, 1998. *Statistic For Management 7th Ed*. Usa: Prentice-Hall.
- Zikmund, W.G. (2000) *Business Research Methods. 6th Edition*, The Dryden Press, Fort Worth.

Burns, Alvin C And Bush R.F. 2000. *Marketing Research*. 3th Ed. Englewood
Cliff, New Jersey: Prentice-Hall

Azwar, S. (2005). *Sikap Manusia : Teori Dan Pengukurannya*. Yogyakarta :
Pustaka Pelajar

